Revista Procon

A revista da Fundação Procon-SP • nº 7

▶ Poupatempo

Atendimento ao consumidor completa uma década

Recall presente

Crianças estão trocando brinquedos. E não é porque não gostaram! Convocações assustam consumidores e atingem cerca de 1.000.000 de itens no Brasil

▶ Entrevista

Advogado ataca uso de juros compostos em financiamento

▶ Tecnologia

Consumidor não deve ter pressa para entrar na era da TV digital

▶ Melhor idade

Fuja das armadilhas do crédito consignado para o turismo

Sumário

1 - EDITORIAL

2 - DIRETO AO CONSUMIDOR

4 - ENTREVISTA

7 – DIA-A-DIA
Consumidora recupera dinheiro de lente defeituosa

8 – PROCON MUNICIPAL
Prestígio e boa vontade marcam atendimento em Prudente

10 - TURISMO
Idoso agora é alvo do consignado para viagens

14 – LADO A LADO
Entenda a simbologia das etiquetas de roupa

16 - CAPA
Indústria do brinquedo descobre o significado do termo recall

24 - COLEGUINHAS
ONG desenvolve projeto contra o consumismo infantil

26 – EVENTO
Seminário discute proteção ao consumidor de crédito habitacional

28 – PROJETO DE LEI
A polêmica taxa de emissão de diploma universitário

30 - TECNOLOGIA
Entenda o que muda com a chegada da TV Digital

33 - INTERNET
Dicas para quem costuma fazer compras virtuais

34 - ATENDIMENTO
Presença do Procon-SP no Poupatempo completa 10 anos

38 - PESQUISA
Como a população enxerga o consumo de saúde

39 – BIBLIOTECA

40 – DIRETO AO PONTO

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
Governador
José Serra

SECRETARIA DA JUSTIÇA E DA DEFESA DA CIDADANIA
Secretário
Luiz Antonio Marrey

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR (PROCON-SP)
Conselho curador
Anselmo Prieto Alvarez, Antonio Carlos Santa Izabel, Antonio Júlio Junqueira Queiroz, Antonio Sabóia Barros Jr., Cornélia Nogueira Porto, Lindalva Rufina de Lima, Marcelo Gomes Sodré, Marcos Pó, Margaret Cruz, Maria Augusta Pontes Cardoso, Marilena Lazzarini, Omar Cassim Neto, Ronaldo Porto Macedo, Rosana Piccoli dos Santos, Sérgio Robles Reis de Queiroz, Silmara Juny de Abreu Chinelato e Almeida, Tatiana Rigorini e William César La Torre

Diretor-executivo
Roberto Augusto Pfeiffer

Chefe de gabinete
Carlos Augusto Coscarelli

Editor-chefe
Francisco Itacarambi - Mtb. 41.327/SP

Edição
Felipe Neves

Redação
Felipe Neves, Gabriela Amatuzzi, Leonardo Tote, Patrícia Paz, Ricardo Lima Camilo

Editoração e impressão
Imprensa Oficial do Estado de São Paulo

Outubro, novembro e dezembro de 2007

imprensaprocon@procon.sp.gov.br

Distribuição gratuita

Troca sem troco

Acostumada com pesquisas para medir o "recall" de seus produtos (marca) no mercado de consumo, a indústria de brinquedos foi obrigada a introduzir uma nova utilização para a expressão em seu dia-a-dia. O Natal brasileiro – por que não dizer o mundial? – foi marcado pelo receio quanto aos perigos que um simples brinquedinho pode representar.

A cautela não é para menos. Quase 20 milhões de brinquedos foram objetos de recall. No Brasil, que recolheu quase um milhão de itens, infelizmente, a prática adotada por algumas empresas tornou o processo burocrático e penoso ao consumidor. O resultado foi uma adesão falha. O Procon-SP chegou, inclusive, a disponibilizar um formulário eletrônico para dar voz aos que se sentiram lesados. E foram muitos.

Outra ausência de "chamamento" está presente na edição. No caso da TV Digital, faltou orientação adequada para os consumidores. Lançada junto com o 13º salário, a nova tecnologia só estará em pleno funcionamento nos próximos anos. Sendo assim, quem saiu às compras por impulso tem grandes chances de se arrepender já nas próximas semanas. Os próprios fabricantes reconhecem que os conversores terão que ganhar versões "atualizadas" de tempos em tempos.

Os idosos também devem desconfiar das ofertas que recebem. Pacotes de viagens atrelados ao crédito consignado não são garantia de bom divertimento. Pelo contrário. Além de ficarem presos ao compromisso assumido, algumas agências de turismo oferecem aos pensionistas do INSS o mesmo *tour* em até 10x sem juros. É preciso estar atento, uma vez que os pacotes similares são vendidos como outra categoria.

Do superendividamento dos idosos para o do consumidor bancário. Na entrevista do mês, o advogado Mauro Sérgio Rodrigues cobra mobilização da sociedade contra os abusos dos bancos em relação à cobrança de juros e outros serviços. Ele comenta a recente decisão do Conselho Monetário Nacional (CMN), que, pressionado, aprovou medidas para levar mais transparência na relação banco/cliente – seguindo princípios do Código de Defesa do Consumidor.

Mas o ano também é de festa! O Procon-SP completou 10 anos de atendimento nos postos do Poupatempo da capital. Até outubro, essa linha de frente da fundação com o consumidor prestou mais de 320 mil atendimentos. Sendo que, a cada 10, oito foram solucionados em alguma das instâncias do órgão. Ao que tudo indica, o Procon-SP fechará o ano de 2007 com o recorde histórico de atendimentos.

Ótimo 2008 a todos!

Francisco Itacarambi
Editor-chefe

Conta fechada

Em evento organizado pela Fundação Procon-SP, na sede da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) e a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) formalizaram um acordo que desburocratiza o encerramento de conta corrente.

Uma das principais novidades é a possibilidade de formalizar o pedido em qualquer agência. A partir da solicitação, o banco se compromete a parar de lançar tarifas e a concluir o processo em até 30 dias. Outro ponto importante é de prevenção. Não são raros os casos de pessoas que acumulam dívidas e têm o nome lançado em listas de proteção ao crédito por imaginarem que uma conta corrente já foi desativada.

Pelo acordo, se não houver movimentação espontânea – saque, depósito, pagamento, etc. – em três meses, o banco deverá enviar uma correspondência ao consumidor informando a situação. Caso, depois desse primeiro contato, ele continue sem se manifestar, a partir do sexto mês, a instituição vai parar de cobrar tarifas e congelar a conta (se houver saldo) ou iniciar o processo de encerramento de forma unilateral (caso já esteja no negativo).

O vice-presidente da Febraban, Antonio Jacinto Matias, disse acreditar que, já no início de 2008, todos os bancos estarão adequados ao roteiro proposto. Para ele, o acordo representa "um amadurecimento dos envolvidos" e revela potencial para avançar em outros temas. "Esse trabalho representa um sinal absolutamente claro de que é possível se construir soluções mais do que disputar razões."

Decisão unilateral

Uma operadora de celular foi condenada a indenizar 21 mil clientes por danos morais e materiais. A decisão da 4ª Vara Empresarial do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro é referente ao bloqueio de aparelhos celulares durante a migração do sistema TDMA pelo GSM. A alegação é de que a empresa forçou os consumidores a trocar de tecnologia.

De acordo com a ação, a operadora obrigou seus clientes a digitar um código de segurança enviado por ela, via carta, sendo necessário revalidá-lo a cada oito horas. Após comunicar o bloqueio das linhas e fornecer o tal código, a operadora sugeriu a troca da linha. Pelo Código de Defesa do Consumidor, a migração de tecnologia por questões de segurança tem de ser feita sem ônus aos consumidores.

A culpa é do carnê

A chegada do 13º salário é uma boa oportunidade para os consumidores que acumularam dívidas ao longo do ano deixarem a situação de inadimplentes. Segundo pesquisa da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), o valor médio da dívida com o setor é de R$ 998,19.

O carnê tem sido o principal vilão nessa trajetória (41%), seguido por cheque e cartão de crédito. Contudo, engana-se quem pensa que se trata de uma pulverização de compras. Em linha geral, um terço dos entrevistados declarou que um único crediário aberto foi suficiente para desestabilizar o orçamento familiar.

Um prato cheio

Os fiscais da Fundação Procon-SP e da Secretaria de Estado da Fazenda encontraram irregularidade em 11 dos 13 restaurantes fiscalizados, entre os dias 27 e 29 de novembro, na cidade de São Paulo, durante a Operação CPF na Nota. O objetivo da ação foi verificar se os estabelecimentos estavam emitindo as notas fiscais com o CPF ou o CNPJ de seus consumidores, como prevê o projeto Nota Fiscal Paulista.

Instituída pela Lei 12.685/07, a iniciativa prevê a devolução de 30% do ICMS mensalmente recolhido pelo estabelecimento comercial, aos consumidores identificados pelo CPF ou CNPJ no momento da compra, proporcionalmente ao valor registrado nas notas e cupons fiscais emitidos.

Pane seca

Os cerca de 1,5 milhão de consumidores que optaram pela conversão do motor para GNV (gás natural veicular) receberam uma ducha fria. Em meio a uma crise de abastecimento, o reflexo imediato na bomba é o aumento do combustível – somado ao medo pela falta do produto e racionamento. O *boom*

do mercado iniciou em 2001, quando o consumo de gás natural cresceu 120% até os dias de hoje. A fonte é exclusiva. Apenas a Petrobras tem permissão para fornecer o produto. A estimativa do mercado é que a conversão do motor não sai por menos de R$ 3 mil.

Volta às aulas

As escolas têm obrigação de fornecer a lista de material para que os pais possam pesquisar preços e escolher as marcas de sua preferência. Algumas instituições de ensino exigem que o material escolar seja comprado no próprio estabelecimento, mas esta prática é abusiva. Já os materiais relativos à infra-estrutura do aluno na escola (copos descartáveis, papel higiênico, água potável etc.) não podem ser cobrados.

Outra questão importante é se informar sobre o sistema de avaliação e as taxas extras que poderão ser cobradas. Quanto à multa por atraso no pagamento da mensalidade, os técnicos do Procon-SP entendem que, independente do estipulado em contrato, a porcentagem não pode ser superior a 2%. Por se tratar de prestação de serviço de educação, em caso de inadimplência, os nomes dos alunos ou responsáveis não podem ser incluídos em cadastros de devedores do sistema financeiro ou crédito (SPC ou Serasa).

IPVA mais barato

É bom o consumidor ficar atento ao final da placa de seu veículo após a virada do ano. Quem organizar as finanças da casa poderá utilizar um desconto de 3% no pagamento do IPVA. Uma alternativa é parcelar, sem desconto, observando as datas de vencimento em janeiro, fevereiro e março. A boa notícia é que a tabela do IPVA guarda uma surpresa. Na média geral, houve uma diminuição de 1,48% no valor venal para 2008, em decorrência do aumento da oferta de carros usados. Para quem não sabe, o tributo equivale a 4% do valor venal do carro (gasolina ou bicombustível). Os veículos com mais de 20 anos de fabricação – algo como 4 milhões nas ruas – são isentos.

Calo no pé

Um período de três anos separou a compra do sapato e o início do processo. No final, a juíza Roberta Nasser Leone, do 5º Juizado Especial Cível de Goiânia, recusou o pedido de um consumidor que atribuía ao pisante a causa do agravamento de uma úlcera de estômago. Segundo notícia do Conjur, a juíza declarou que "não é verossímil que o defeito apresentado nesse produto, após dois anos e meio da data de aquisição e quase três anos de fabricação, seja em decorrência de um vício oculto. Ademais, esse tipo de produto não tem garantia eterna".

Horário britânico

Em um mês de vida, os Juizados Especiais dos aeroportos de São Paulo registraram 1.092 atendimentos e efetivaram 366 acordos (média de 33,5%). O resultado e a iniciativa são um indicador concreto dos problemas a que os passageiros vêm sendo submetidos desde 2006. Os postos funcionam de segunda a sexta-feira, das 11h às 19h, e aos sábados, domingos e feriados, das 14h às 19h.

No entanto, como foram instalados para atender os casos de reclamações nos aeroportos – como falta de informação aos passageiros, *overbooking*, atrasos e cancelamentos de viagens, extravio e violação de bagagens –, os Juizados sofrem críticas pelo período limitado de atendimento. A principal preocupação é que o consumidor em trânsito não pode aguardar a abertura do órgão caso tenha que pegar aquele vôo, digamos, só um pouquinho atrasado.

Proibidão

O sucesso da cópia pirata do filme "Tropa de Elite" pode estar muito mais relacionado ao bolso do consumidor do que se imagina. Segundo pesquisa da Federação do Comércio do Rio de Janeiro, 42% dos brasileiros já adquiriram produtos piratas de forma consciente. Destes, 97% declararam que compram produtos pirateados pelo fato de serem mais baratos que os originais.

As coqueluches nas bancas de camelôs nas 70 cidades pesquisadas são os CDs e DVDs. Mas na lista aparecem também aparelhos de barbear, relógios, óculos, roupas e perfumes, entre outros. Na outra ponta, quem não compra produto pirata alega que a qualidade é ruim, que os produtos não possuem garantia e que têm medo de ter um prejuízo futuro maior que o "desconto" dado no ato da compra.

Gato coletivo

O juiz da 3ª Vara de Justiça do Fórum do Jabaquara, em São Paulo, Paulo Furtado de Oliveira Filho, condenou um condomínio da zona sul da capital por fazer "gato" do sinal de TV paga. Segundo a sentença, a fraude foi comprovada em uma vistoria realizada com a presença de um perito judicial em 23 de março. A fiscalização, feita apenas nas áreas comuns, identificou que ao menos três dos 24 apartamentos possuíam conexão pirata. Segundo o Secovi, São Paulo tem 22 mil condomínios verticais.

Leonardo Tote/SJDC

O advogado Mauro Sérgio Rodrigues é um militante na luta pelos direitos do consumidor bancário. Para tentar colaborar com o que classifica de "guerra branca" entre os cidadãos de bem e o sistema financeiro, ele acaba de lançar seu primeiro livro, "Prática de direito processual bancário na visão do consumidor bancário – Uma resposta ao modus operandi *abusivo dos bancos", onde descreve estratégias processuais para combater os excessos das instituições financeiras – o que é fundamental para controlar o fenômeno do superendividamento. Esse Davi, em conflito com um gigante cada dia mais assustador, recebeu a* ***REVISTA PROCON-SP*** *em seu escritório, em Campinas.*

Davi x Golias

Por Felipe Neves

O que é o *modus operandi* abusivo dos bancos?
É uma cesta de abusos que os bancos praticam no seu dia-a-dia contra os interesses do consumidor bancário. O item mais perverso dessa cesta é o anatocismo, que é a cobrança de juros sobre juros. Ou seja, o cidadão toma um empréstimo e, ao devolver as parcelas, ele paga juros do próprio juro que está pagando. Isso faz com que haja um incremento no custo do dinheiro muitas vezes superior àquilo que realmente deveria ser pago. É a tal da progressão geométrica, que é definida pela Tabela Price, de Richard Price. Ele definiu essa tabela de juros compostos para que fosse empregada em previdência privada, em planos de aposentadoria daqueles tempos lá de 1850. O Brasil é o único país que mascara o nome verdadeiro das tabelas de juros compostos, ao denominá-las inadvertidamente de Tabela Price. Desse modo, os integrantes do Sistema Financeiro Nacional enganam o consumidor bancário porque eles não têm conhecimento do seu significado. Nos demais países, juro composto é denominado pelo nome cristalino: Tabela de Juros Compostos. Falta transparência. Agridem a boa-fé do consumidor brasileiro. Daí a tremenda disparidade e abuso. E os bancos dizem com todas as letras que somente por meio da Tabela Price é que se consegue achar o valor constante das parcelas do financiamento. Isso é um engodo. O nosso eminente professor José Jorge Meschiatti Nogueira [livro "Tabela Price"] comprova matematicamente que isso não passa de uma mentira. A progressão aritmética, desenvolvida por [Johann] Gauss [matemático alemão], é uma forma de se conseguir deduzir o valor das parcelas no tempo, sem o incremento do juro composto.

E o chamado *spread* bancário?
O *spread* bancário é o segundo item dessa cesta, pela ordem de coisas perigosas. O *spread* excessivo, que nós denominamos de Teoria da Lesão Enorme, acontece porque, hoje, os juros básicos da economia estão em 11,25% ao ano, ou seja, todo mercado financeiro e o Banco Central adotam esse juro como o juro real da economia para se operar no mercado. O que os bancos fazem? O cidadão precisa de um financiamento, precisa de capital de giro, e usa, por exemplo, o cheque especial, que tem juro de 8,75% ao mês. Isso representa, no "frigir dos ovos", porque é capitalizado, algo em torno de 200%, 180% ao ano. Ora, como aceitar isso? Tudo bem que o banco está aí para ganhar dinheiro, mas há uma legislação [1.521], de 1951, que determina que, entre o custo de captação e a retomada do dinheiro na outra ponta, há que se cobrar apenas 20% de lucratividade. Só que os bancos, neste país, extrapolam esse limite, e muito. Há uma corrente doutrinária que defende que essa lei não se aplica aos contratos bancários, mas eu entendo que se aplica sim, porque a nossa Constituição impede o aumento arbitrário do lucro.

Se a Constituição proíbe, por que os abusos continuam?
Por conta da Súmula 596, do excelso Supremo Tribunal Federal, que permite que os bancos cobrem lucros exorbitantes do modo que bem entenderem. Não há limites. Ora, por que o dinheiro que está na tesouraria do banco tem capacidade remuneratória e liberatória maior do que o dinheiro que se encontra no cofre de uma empresa ou no bolso de nós reles cidadãos mortais? Isso não se explica. Por que o banco pode descolar-se totalmente dos princípios básicos de defesa do consumidor?

> “Por que os bancos têm tanto receio quando se fala em princípio da boa-fé, da transparência e do equilíbrio contratual?”

Há algum outro item que mereça destaque?
Aí nós avançamos para um terceiro ponto, que é a tal da Taxa de Comissão de Permanência. Entendo que essa taxa é abusiva, ilegal e inconstitucional. Não há legislação que a discipline. Ela foi instituída por uma resolução do BC, e quem determina o valor é o próprio banco, a seu bel prazer, e como elemento surpresa. Ora, o CDC não permite que o consumidor seja obrigado a pagar algo que ele desconheça. Além disso, o artigo 192 da Constituição Federal determina que as questões do sistema financeiro devam ser reguladas por legislação complementar.

Os bancos alegam que o consumidor assinou contrato...
Numa Ação Declaratória de Revisão de Contrato, nós buscamos extrair do relacionamento as condições excessivas e abusivas. Porque, muitas vezes, o banco pratica determinado ato abusivo que sequer está relatado no contrato. E também porque existe o estratagema de impedir o acesso ao contrato. Você vai à agência, assina o contrato e não fica com a sua via, com a desculpa de “vou levar para a diretoria assinar”, e jamais você volta a ver essa via. É a forma que o sistema financeiro encontrou de impedir o consumidor de propor a ação revisional. Muitos eminentes magistrados entendiam, e alguns ainda entendem, que o consumidor, antes de entrar na Justiça, tem que se valer de uma medida cautelar de exibição de documento. Divirjo desse entendimento em gênero, número e grau. Porque a Ação Declaratória de Revisão de Contrato permite que o magistrado determine que os bancos levem o contrato aos autos. Por isso, a revisão contratual tem muito mais a ver com o relacionamento do que com o contrato, que pode, inclusive, estar escondido. Muitos ainda ousam afirmar, o que para mim é um contra-senso, que não se pode entrar com uma ação declaratória sem o contrato, porque significaria elemento surpresa para o banco, cerceando seu direito de defesa. Mas, quem fez o contrato? Quem estipulou aquelas cláusulas? Quem manteve o contrato fechado a sete chaves para que ninguém veja os excessos que ali estão?

Quais são as estratégias para combater esse *modus operandi* abusivo?
A gente só pode usar a palavra estratégia em regime de guerra. É a arte de montar planos de defesa e ataque contra o seu inimigo. Infelizmente, no Brasil, muitos ainda não se deram conta, mas estamos vivendo uma guerra silenciosa, onde pessoas de bem, pais de família, honrados cidadãos, pequenos e médios empresários se lançam a movimentar a economia do país, tomando como crédito o dinheiro mais caro da face da Terra. E, além de caro, manipulado. Temos que nos munir, nos preparar. Ninguém pode ir para uma batalha sem antes passar por treinamento. Então, entendo que todos nós, advogados, juízes, promotores, defensores públicos, estudantes de direito, temos que buscar o conhecimento na área de processo bancário. Não posso ir para a guerra se eu não sei manusear uma arma, e a nossa arma é a lei, é a Constituição. Estão lá os princípios de defesa do consumidor e de proteção da dignidade da pessoa humana. Não estou fazendo apologia da ação judicial, mas infelizmente ela é necessária nesses casos em que o cidadão comum é vilipendiado.

> “Infelizmente, no Brasil, muitos ainda não se deram conta, mas estamos vivendo uma guerra silenciosa”

Qual é o papel dos órgãos de defesa do consumidor nessa batalha?
Os órgãos de defesa do consumidor podem ajudar esclarecendo a população quanto aos seus direitos, ministrando cursos de formação a líderes de comunidade, para que eles tenham compreensão dos perigos que representam um

contrato bancário. As pessoas estão entrando de cabeça nos financiamentos, mas se esquecem de que lá na frente há uma armadilha. As entidades precisam alertar a população que neste país existe a cultura do inadimplemento. Ou seja, há uma situação engendrada para que as pessoas que fazem financiamento incorram em atraso de prestação. Porque, isso ocorrendo, vem aí a Taxa de Comissão de Permanência, que, por sua vez, traz embutido o anatocismo, conduzindo as pessoas ao que nós denominamos o endividamento perpétuo.

Nesse contexto, o que representa a decisão do STF de garantir a plena aplicação do CDC aos bancos?

A primeira coisa que me ocorre com relação a isso é: por que os bancos têm tanto receio, tanta ojeriza quando se fala em princípio da boa-fé, da transparência, da iniqüidade e do equilíbrio contratual? O Código traz coisas boas para a alma e para o dia-a-dia do cidadão. Por que os bancos têm medo disso? O nosso CDC é tão profundo e belo que muitos países estão copiando. Porque realmente ele não busca o achincalhamento da situação comercial e financeira do fornecedor de produtos e serviços. Nem dos bancos. Ninguém quer isso. Todos queremos que existam bancos fortes. Isso é importante para a nossa sociedade. A decisão tomada pelo excelso STF, na Adin 2.591, veio apenas sinalizar para toda a sociedade que, nos contratos financeiros, há que se ter boa-fé, transparência e equilíbrio.

O senhor mencionou o fenômeno do endividamento perpétuo. O que fazer para controlá-lo?

Combater a Tabela Price. Se você analisar a questão sob a ótica da matemática financeira, vai verificar que, quando estamos falando de progressão geométrica, a curva vai lá para cima, não segue uma crescente em linha reta. O que acontece é que o cidadão estará sempre amortizando juro, não capital. E, a partir do momento em que ele não amortiza mais capital, a dívida escapou, passou a um patamar superior, que ser humano nenhum mais vai conseguir alcançar.

Como o senhor analisa as recentes medidas do Conselho Monetário Nacional?

O que houve lá, por enquanto, e já é bastante significativo, foi uma redução das tarifas, uma padronização de nomenclatura e, me parece, de valor a ser cobrado de banco a banco. Na verdade, o que eles estão fazendo é aplicando um dos princípios do CDC, o da transparência. Agora, os bancos terão de informar anualmente as tarifas que foram pagas, para o consumidor poder fazer um balanço e, realmente, verificar se é o caso de continuar ou não com aquela instituição. Isso pode estimular certa concorrência entre os bancos. Quer dizer, nós estamos caminhando, a marcha lenta, para que haja um efetivo comprometimento dos bancos com o que está escrito no CDC. É um avanço modesto, mas é um avanço.

Mas isso já deveria ocorrer há bastante tempo.

O CMN age tardiamente, como sempre. Os membros começaram a perceber que a sociedade está bastante raivosa em relação às tarifas. Costumo dizer que os bancos representam a única classe empresarial que trabalha sem risco nenhum. Segundo pesquisas, 130% das despesas dos bancos são cobertas pelas tarifas. Quer dizer, paga-se tudo e ainda sobra.

O senhor crê que as medidas são uma resposta a pressões da sociedade?

Sem dúvida, é uma conseqüência de pressão da sociedade. Das entidades organizadas que são ouvidas pelo BC, dos debates que estão sendo travados, e que o Procon-SP, exemplarmente, tem promovido com regularidade. Isso é muito importante. Nós, que trabalhamos do lado do consumidor, não temos fundos para promover nada. É a luta do Davi contra o gigante Golias. Mas é uma luta gostosa de ser lutada, porque estamos do lado do bem, da justiça, da ética, da moral. Não queremos o mal dos irmãos que estão do outro lado, na condição de banqueiros. Queremos apenas que eles parem e pensem um pouquinho que, quando um cidadão é usurpado no seu direito ao crédito, eles estão afetando uma família, uma comunidade.

Leonardo Tote/SJDC

Rodrigues critica utilização da Tabela Price para contratos bancários

Visão conciliatória

Por Felipe Neves

A consumidora Verônica da Silva Raimunda não queria economizar para comprar seus óculos novos. Juntou as economias e investiu: R$ 280 (R$ 100 na armação e R$ 180 nas lentes). Um gasto bem acima do comum, mas era por uma causa boa. Afinal, a aquisição passaria a ser uma "companheira para toda hora". "Eu preciso dos óculos para enxergar perto, para ler", revela. O que Verônica não poderia prever é que, mesmo pagando caro, teria uma enorme dor de cabeça. Tudo começou em meados de agosto, quando ela, já com a receita na mão, encomendou os óculos na ótica Odete Aurili Óculos, que fica perto de sua casa, na região sul da capital. Já nos primeiros dias de uso, a consumidora estranhou: não enxergava direito e, após algum tempo, ficava com dor de cabeça.

Desconfiada, levou os óculos para sua médica, que imediatamente identificou o problema. As lentes eram completamente diferentes do que havia receitado. Aí que surgiu o segundo empecilho. Verônica não conseguia achar a receita original. Mesmo assim, foi à ótica – acreditando na boa-fé. Ledo engano. Ali, recebeu a resposta de que não havia erro e que, se quisesse uma nova lente, teria que pagar. Então, pediu o dinheiro de volta, o que também foi negado.

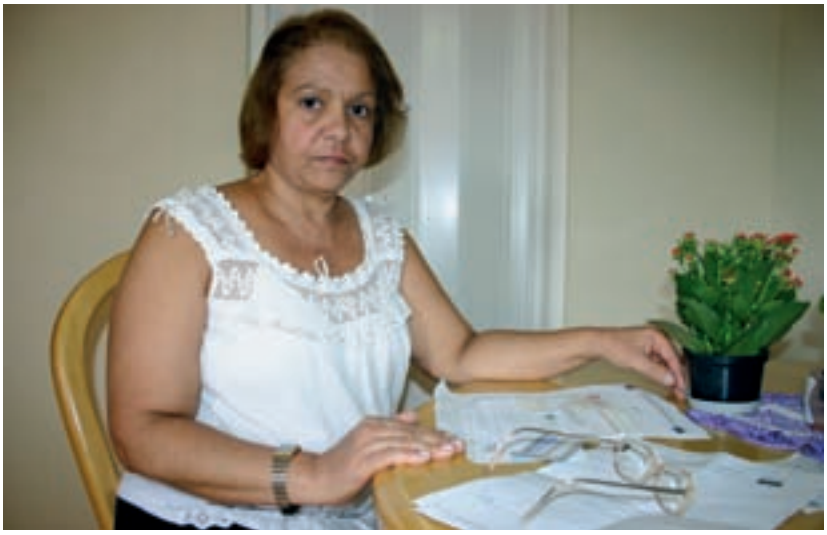
Por sorte, após vasculhar os ambientes onde estivera, ela encontrou a receita (no carro de sua irmã). Tornou a ligar à ótica, dizendo que havia encontrado a prescrição médica, que comprovava que a lente estava errada. Recebeu outro não. Indignada, decidiu recorrer à Fundação Procon-SP – procurou, em setembro, o posto do Poupatempo Santo Amaro.

Enviada a carta de informações preliminares (CIP), a ótica se esquivou da responsabilidade. Respondeu que não trocaria ou devolveria o dinheiro. O que fez com que o Procon-SP convocasse uma audiência de conciliação, que ocorreu em 29 de novembro. Na ocasião, Verônica mostrou ao advogado da ótica, Antonio Falcione (com quem ela já havia falado pelo telefone, sem sucesso), a receita das lentes.

Sem ter como contra-argumentar, o representante da empresa se comprometeu a pagar os R$ 180 de volta à consumidora. "Eu disse a ele: 'não quero indenização nenhuma. Só quero o que é meu'", lembra Verônica, que elogiou a atuação do Procon-SP. "Valeu a pena. Fui atendida muito bem."

Cerca de três anos antes, Verônica já tivera uma boa impressão do órgão. Ela teve problema com uma loja de móveis, que a vendeu um item com cupim e se recusava a devolver o dinheiro. A empresa só se convenceu a atender sua demanda quando ela mostrou a cópia da CIP que tinha feito no Procon-SP.

Leonardo Tote/SJDC



Satisfeita com resolução de problema, consumidora elogia atuação do Procon-SP

O que diz o CDC

Art. 20 – O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

Cristina e Rosália atendem consumidores na sede do Procon de Presidente Prudente; procura pelo órgão cresceu em 2007

Show de eficiência

Por Felipe Neves

Boa vontade e prestígio. A união desses dois elementos fazem com que o modesto, porém valente Procon de Presidente Prudente seja um órgão bastante eficiente e cada vez mais procurado pela população da cidade. Os números comprovam isso. O dado que mais chama a atenção se refere à solução imediata dos problemas.

O fato a se comemorar é que a maior parte das reclamações é resolvida na hora, por telefone, direto com o fornecedor, conta a atual coordenadora do órgão, a advogada Ana Paula Atayde Setti. Prova disso é o contraste entre o número de atendimentos e a quantidade de Cartas de Informações Preliminares (CIP) que, de fato, são enviadas.

No primeiro semestre de 2007, foram registrados 8.522 atendimentos. Destes, apenas 591 viraram CIPs e 107 posteriormente se tornaram reclamações fundamentadas. Ou seja, ao aliar a vontade de resolver o problema e a credibilidade no mercado de consumo, o Procon consegue resolver mais de 90% dos conflitos que recebe na hora.

Outro dado que salta aos olhos é o crescimento da procura pelo Procon na cidade. Para se ter uma idéia, no primeiro semestre de 2006, o número de atendimentos foi de 3.807 – o que significa que houve um aumento superior a 123% no comparativo com o mesmo período deste ano. Aliás, os números de seis meses de 2007 quase se equivalem aos dos 12 do ano anterior (10.923). A matemática não mente.

Mas, tal estatística é para ser comemorada ou para acender uma luz vermelha? Ana Paula, que comanda o Procon desde 2004 (o órgão existe desde 1993), não vê no expressivo crescimento motivo para preocupação. Segundo ela, o que mudou não foi a postura dos fornecedores, mas sim a confiança da população. "As pessoas estão confiando mais no Procon", define. "Como nós damos muita orientação, a população passou a nos procurar mais."

Na estrutura atual, além da coorde-

nadora, o Procon conta com mais cinco funcionários – portanto, são seis pessoas que estão fazendo em média 1.500 atendimentos por mês. Nada mal. Além da Ana Paula, mais dois têm treinamento da Fundação Procon-SP e estão habilitados a fazer fiscalização, que só ocorre, por motivos óbvios, em datas especiais (Dia das Crianças, Páscoa, Natal, etc.). Apenas os supermercados recebem "visitas" do órgão fora de época – o setor tem alto índice de reclamações.

Demanda pontual

Um tema específico vem tirando o sono do Procon: os shows musicais. O problema é que os organizadores invariavelmente tentam burlar a lei que determina a venda de meia-entrada para estudantes, idosos e professores da rede pública. No momento da compra, o consumidor que teria direito não consegue fazer valer o benefício do preço especial. A desculpa comum dos vendedores é que o valor já está pela metade.

Segundo Ana Paula, os estudantes "não engolem esse papo", por isso procuram o Procon. O órgão, então, autuou algumas empresas, que encontraram outra forma de descumprir a regra. Todo mundo poderia levar um quilo de alimento e pagar metade do ingresso. "[O desconto com] um quilo de alimento tira a condição especial do estudante, do idoso e de professor da rede pública", defende a advogada. Em junho, por exemplo, o Procon recebeu mais de 300 reclamações relacionadas ao show da Ivete Sangalo.

Para tentar solucionar o problema, Ana Paula encaminhou uma representação ao Ministério Público, contando que o órgão levaria o debate à Justiça (o Procon não tem um procurador do município à disposição, por isso não pode ir direto).

No entanto, para sua decepção, o promotor local preferiu fazer Termos de Ajustamento de Conduta – o que, para ela, fez com que os organizadores de eventos continuassem a buscar modos de não cumprir a lei. "Nada foi feito. Foi acordo daqui, acordo dali. Tive até reclamação de um consumidor na ouvidoria da Fundação Procon-SP", lamenta.

Importante aliada

A divulgação da própria entidade e de noções de direito do consumidor é feita pela imprensa local, com quem Ana Paula garante ter uma ótima relação. "A imprensa e o Procon aqui têm um contato bem estreito", diz. Um bom exemplo disso ocorreu em meados de setembro, quando a população teve que lidar com um golpe na praça.

De uma hora para outra, com uma massiva campanha de marketing (*outdoors*, peças publicitárias na televisão, entre outras ações), surgiu no mercado uma financeira que oferecia crédito pessoal, com boas condições de aprovação e pagamento. "O famoso dinheiro rápido e fácil", conta Ana Paula.

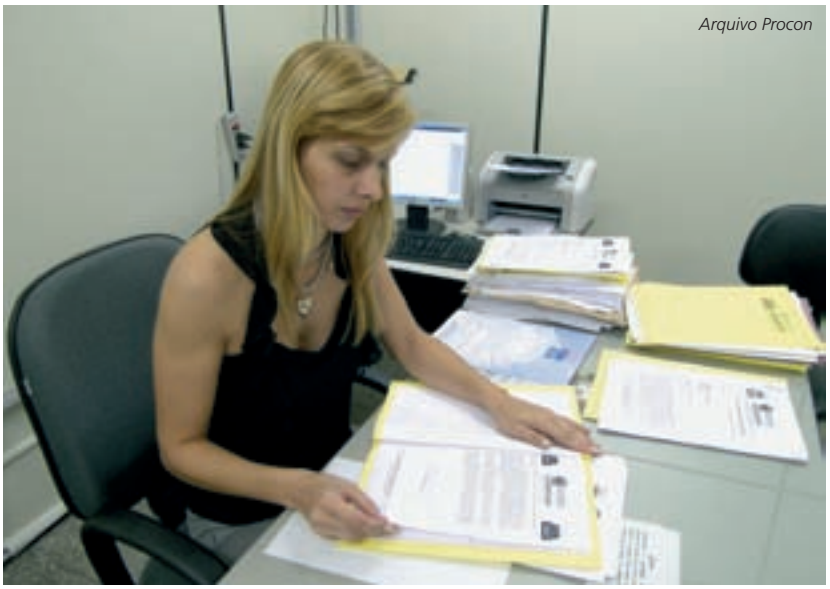
A pessoa interessada ligava no número indicado e, depois de fornecer diversos dados, era convencida a fazer um depósito de 10% do valor solicitado. E nunca recebia o crédito prometido. O Procon registrou cinco reclamações de pessoas que caíram no golpe, e recebeu mais de 50 telefonemas de cidadãos que desconfiaram do esquema.

Para evitar que mais pessoas fossem enganadas, Ana Paula pediu para que a principal emissora de TV da cidade fizesse uma reportagem sobre o tema – isto fez com que a suposta financeira sumisse. Além da televisão, a coordenadora do Procon vai semanalmente a rádios, onde tem espaço para divulgar os direitos e deveres dos consumidores e fornecedores.

Ajuda universitária

Mas não é só a imprensa que ajuda. O Procon encontrou uma solução criativa para superar o obstáculo da escassez de funcionários e disseminar ainda mais os conceitos consumeristas. O órgão capacita estudantes de direito das universidades da região, para que estes possam distribuir as cartilhas produzidas pela Fundação Procon-SP em tendas montadas no centro comercial da cidade.

"Não teria como fechar o Procon para ficar nas tendas, por isso buscamos o auxílio dos universitários", revela Ana Paula, que também costuma ministrar palestras na Fundação Mirim e no Senac.



Arquivo Procon

Coordenadora do Procon de PP, Ana Paula analisa processos abertos por consumidores da cidade

Arquivo SXC

Dívida de inverno

Por Felipe Neves e Leonardo Tote

> **“Na hora em que você coloca um recurso desse tipo [crédito consignado] na mão do idoso, a pressão para que ele o utilize de forma extravagante é muito séria”**
>
> ***Eduardo Giannetti***

Primeiro veio o *boom* do crédito consignado. Uma forma de emprestar dinheiro com riscos bastante reduzidos, uma vez que as parcelas são descontadas direto da folha de pagamento do cidadão. O resultado foi tão positivo para quem empresta que sua variação promete, literalmente, novas aventuras para aposentados e pensionistas do INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social). O alvo agora é o turismo, uma atividade que por si só deve movimentar no Brasil mais de R$ 180 bilhões em 2007, segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC).

Trata-se do projeto do Governo Federal Viaja Mais Melhor Idade, que disponibiliza pacotes especiais de viagem para o público idoso, durante os períodos de baixa ocupação. ‘Especiais’, nesse caso, quer dizer, basicamente, ‘mais baratos’. É claro que há outros aspectos, como produtos customizados, mas o mais importante aqui é o bolso desse consumidor, notadamente defasado. “A gente tem na balança, de um lado, um público com mais disponibilidade de tempo e, do outro, com renda reduzida porque estão aposentados”, explica a coordenadora geral de Segmentação do Ministério do Turismo, Jurema Monteiro.

Em outras palavras, a idéia é, com uma tacada só, estimular o consumo de produtos ligados ao turismo nacional fora de temporada e, ainda, facilitar as formas de pagamento – partindo do princípio que viajar faz bem à saúde. Criou-se, então, uma linha de crédito consignado específica para o setor, o que facilitou ao aposentado tomar empréstimo única e exclusivamente para viajar. Em teoria, é tudo muito bonito. Entretanto, na prática, há um elemento, no mínimo, preocupante: pode significar mais um estímulo ao endividamento.

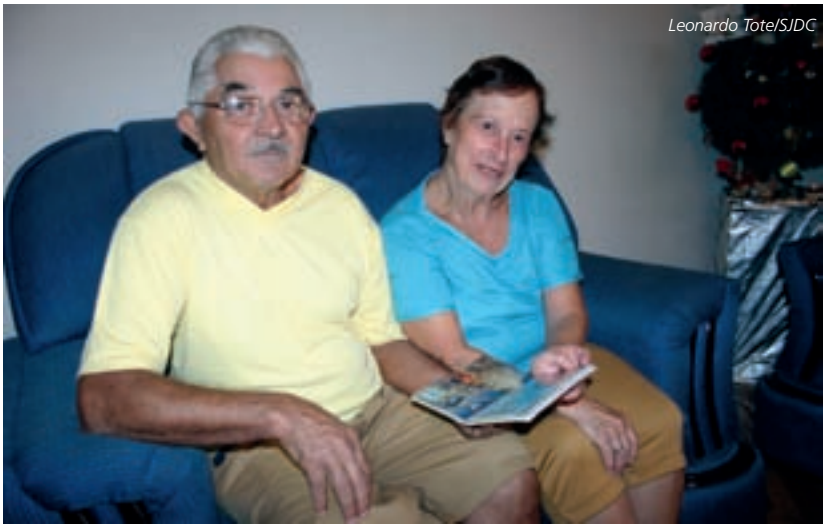
É verdade que, seguindo a linha de incentivo, o governo conseguiu promover juros mais baixos – inferiores a 1% ao mês (na Caixa, o consignado tradicional tem 1,69% ao mês para 12 meses). Mas, com índice alto ou baixo, continua sendo uma dívida. “O crédito deve ser utilizado com planejamento.

Se tiver qualquer tipo de problema ou imprevisto, o aposentado não tem alternativa: vai ser descontado do salário, não tem como discutir, como suspender ou cancelar", ressalta a assistente de direção da Fundação Procon-SP Ana Paula Satcheki.

Endividamento

Para se ter idéia, segundo Pesquisa de Inadimplência do Serviço de Proteção ao Crédito, feita pela Associação Comercial de São Paulo (ACSP), o número de pessoas com mais de 51 anos que não conseguem saldar suas dívidas cresceu mais de 100% entre 1997 e 2007. Na outra ponta, o levantamento revela uma queda expressiva no índice de inadimplência na população entre 21 e 40 anos. De acordo com os organizadores da pesquisa, a facilidade de se contrair empréstimos pelo crédito consignado é responsável pelo aumento da inadimplência nessa faixa etária.

A preocupação do Procon-SP com relação ao uso do crédito consignado é justamente nesse sentido. O órgão não é contra empréstimos com juros mais adequados, mas teme que o comprometimento da notadamente reduzida renda do aposentado e pensionista do INSS possa privá-lo de itens, digamos, mais essenciais que uma TV nova ou um passeio turístico.


Leonardo Tote/SJDC

Fugindo do consignado, aposentados optam por pagamento em 10x sem juros

"Crédito com juros adequados que visem à compra da casa própria, a uma reforma ou à aquisição de um bem durável é uma ótima alternativa para impulsionar o emprego e o desenvolvimento do país", argumenta Ana Paula. "No entanto, quando utilizado de forma desenfreada para um público vulnerável, como o idoso, pode trazer graves problemas futuros."

O consumidor deve evitar a dívida. Sempre. Em todas as áreas, inclusive no turismo, existem outras opções no mercado, como a venda parcelada sem juros, permitindo ao usuário se programar e organizar melhor suas finanças, a um custo menor. Além disso, a qualquer sinal de problema, imprevistos, ou mesmo o não cumprimento da oferta, é muito mais fácil fazer valer a lei – ou seja, buscar uma renegociação, exigindo, a seu critério: a reexecução dos serviços, sem custo adicional; a restituição imediata da quantia paga, atualizada monetariamente; ou o abatimento proporcional do preço, como determina o Código de Defesa do Consumidor (art. 20).

O Procon-SP também defende a desvinculação do crédito da venda de um produto. Isso, por si só, já seria uma boa forma de se controlar o uso do consignado – extinguir a figura do "intermediário". Para se ter idéia, uma única empresa de venda porta-a-porta, por exemplo, fez cerca de 70 idosos se deslocarem nos últimos meses até um dos postos do órgão para reclamar do desconto em folha pela compra de almofadas ortopédicas – cerca de R$ 1 mil cada.

Em uma das reclamações, um consumidor relatou que os funcionários da empresa trajavam jalecos próprios para profissionais médicos e, em sua casa, realizaram procedimentos rotineiros de enfermagem/medicina – como medição da pressão e batimentos cardíacos. Os mesmos

Dicas para consignado

- Não é necessário adquirir outro produto ou serviço da instituição. Venda casada é prática ilegal
- Pesquise para saber que bancos oferecem as melhores taxas e condições
- Verifique o impacto do valor das parcelas no seu orçamento
- Evite passar informações sobre seus documentos por telefone
- Não entregue seu cartão de banco/beneficiário ou qualquer documento para desconhecidos ou terceiros (amigos, parentes, etc.)
- O contrato deve conter informações claras e adequadas sobre: valor total financiado; taxa mensal e anual de juros; acréscimos remuneratórios, moratórios e tributários e valor e periodicidade das prestações

Aposentados aproveitam viagem para conhecer tradicional ponto turístico de Fortaleza

profissionais, acredite, saíram de lá com o formulário para abertura de crédito consignado, que foi prontamente enviado ao banco para aprovação, sem que o consumidor fosse devidamente esclarecido.

"Pressão"

Pela legislação, o valor das parcelas do crédito consignado não pode ultrapassar 30% da renda bruta do pensionista. No caso do turismo, ficou decidido que o financiamento não pode ser superior a 12 meses – o que, de fato, seria uma forma de proteção. No entanto, um ano é bastante tempo para um consumidor idoso.

Não é nenhum absurdo imaginar, por exemplo, um agravo no quadro clínico de um eventual tratamento que esteja fazendo. O que ocorreria nesse caso? Ele teria um aumento substancial nos seus gastos com remédios e tratamento médico – itens fundamentais à sobrevivência. E continuaria com a renda comprometida, sem sequer ter a opção de não pagar. Nessas situações, o consumidor é obrigado a recorrer a empréstimos direto em bancos e financeiras, que, como se sabe, possuem juros bem elevados – ou seja, contrai nova dívida para suprir a anterior.

O economista Eduardo Giannetti, do Ibmec São Paulo, alerta para a "pressão" que o crédito consignado exerce sobre o aposentado, no sentido de desviar sua atenção das reais prioridades. "Na hora em que você coloca um recurso desse tipo na mão do idoso, a pressão para que ele o utilize de forma extravagante é muito séria. Pessoas que já têm dificuldade para comprar remédio antecipam renda e, de repente, vão ter que pagar juros", afirma Giannetti, em entrevista ao jornal "O Estado de S.Paulo".

O presidente do Sindicato Nacional dos Aposentados e Pensionistas (Sintap/CUT), Epitácio Luiz Epaminondas, admite que há uma preocupação com o endividamento dos idosos, que têm, em média, renda baixa e, boa parte deles (60%), ainda precisam complementar a renda familiar. No entanto, ele considera a possibilidade de tomar crédito um direito que não pode ser ameaçado (inclusive o consignado). "Empréstimo a gente faz quando pode. Eu mesmo já fiz, paguei tudo e estou com o nome limpo [no mercado]", afirma.

Para "Luizão", como é conhecido, a enorme oferta de crédito não é necessariamente ruim, mas precisa ser acompanhada de uma significativa campanha de orientação, para garantir que os aposentados não caiam nas armadilhas do sistema financeiro – de golpes (que são muito freqüentes) à tentação de pegar dinheiro para algum conhecido ou familiar, ou mesmo de contrair uma dívida para gastos extravagantes ou supérfluos, como menciona Giannetti.

Consciência individual

Na visão do professor de finanças da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP), Roy Martelanc, tudo está ligado à consciência do ato. Em sua opinião, os juros oferecidos para o projeto Viaja Mais Melhor Idade são, de fato, baixos em relação ao que se costuma praticar no mercado brasileiro. E o consumo de

Dicas para viagem

- Verifique se a operadora de turismo oferece o mesmo pacote de viagem sem juros
- Solicite o *vaucher* de todos os passeios incluídos no pacote, antes da data de embarque
- Confirme se as acomodações estão adequadas e se os locais são acessíveis a pessoas idosas
- Verifique se os passeios programados não têm restrições de idade
- Caso opte por pacote do programa "Viaja mais melhor idade", confirme se a agência está credenciada pelo Ministério do Turismo
- Programe seu orçamento antes da viagem e calcule previamente o montante a ser gasto durante o passeio

turismo não é tão supérfluo quanto parece, afinal ajuda o aposentado a "sair do dia-a-dia" e traz um "efeito motivacional interessante".

Para o acadêmico, o valor do bem, tanto nesse caso como em qualquer relação de consumo, é subjetivo, e o que bancos, financeiras, governo e demais atores envolvidos precisam garantir é que o consumidor esteja devidamente informado e sabendo exatamente o que está fazendo. "A pessoa pode pensar: 'é a última chance que eu tenho na minha vida de viajar'", diz ele, para explicar como a importância do produto pode ser relativizada. "A única coisa que tem que garantir é que a decisão seja consciente."

Foi após uma pesquisa de preços que os aposentados João Mendonça, 71 anos, e Maria Elizete Mendonça, 67 anos, aproveitaram para fazer sua primeira viagem ao Nordeste em 45 anos de casados. "Vimos o anúncio do projeto na televisão e resolvemos fechar um pacote de cinco dias em Fortaleza", conta Mendonça.

Eles optaram por financiar a viagem em 10 vezes sem juros no cartão de crédito – uma entrada de R$ 400 e o restante dividido em nove parcelas de R$ 114 (total de R$ 1426). Opção mais saudável que o consignado, afinal não houve cobrança de juros. Mendonça avaliou que o valor das prestações estaria dentro do orçamento do casal, mesmo que, nesse período, haja algum imprevisto. "Se o dinheiro apertar, não vai ser por menos de R$ 60 mensais por pessoa que vamos enfrentar grandes problemas." A renda dos dois, somada, é de R$ 1 mil por mês.

Outro lado

O Ministério do Turismo nega que a iniciativa de criar uma linha de crédito especial seja um incentivo ao endividamento e explica que os operadores e agentes de viagem passaram por cursos de qualificação e capacitação "para que eles saibam explicar os benefícios do crédito consignado e as condições de aplicação". "Acreditamos que isso é a informação que nos cabe passar ao consumidor, ao aposentado. Agora, existe um trabalho cultural necessário que eu acho que se cumpre com outras ações, não do Ministério do Turismo necessariamente, no que diz respeito à capacidade de endividamento de cada um", diz Jurema.

Apesar da propaganda em torno da nova linha de crédito específica para o turismo, nos primeiros meses em vigor (de setembro a dezembro), apenas cerca de 10% dos consumidores optaram por essa forma de pagamento – foram negociados oito mil pacotes, o que superou a expectativa do setor. "A meta estabelecida juntamente com o Ministério do Turismo era promover a venda de sete mil pacotes nessa primeira fase", revela o presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), José Eduardo Barbosa.

Felipe Neves/SJDC

Representante do Ministério do Turismo nega incentivo ao endividamento

O valor médio dos pacotes foi de R$ 850 por pessoa. Portanto, o volume de dinheiro negociado pelo programa foi de quase R$ 7 milhões em pouco mais de três meses. Nesse período, só houve saídas do Estado de São Paulo (90%) e de Brasília. No início de 2008, outras regiões serão contempladas.

Desde que foi criado, em 2004, o crédito consignado foi concedido a 8,7 milhões de aposentados, atingindo um volume financeiro de R$ 29 bilhões.

"Se tiver qualquer imprevisto, o aposentado não tem alternativa: vai ser descontado do salário, não tem como discutir, como suspender ou cancelar"

Ana Paula Satcheki

Fique atento

Se o consumidor tiver desconto em seu benefício referente a um empréstimo que não contratou, ou cujo crédito não tenha sido depositado em sua conta corrente, ele deve entrar em contato com o banco e solicitar a suspensão da cobrança, além da devolução dos valores descontados, monetariamente atualizados. O banco é responsável por problemas decorrentes da falha do serviço prestado e cabe a ele provar que o empréstimo foi efetivamente contratado. Caso o problema não seja resolvido diretamente com a instituição financeira, o consumidor pode fazer uma reclamação junto ao INSS (ouvidoria@previdencia.gov.br ou 0800 780191) ou recorrer ao Procon-SP.

Felipe Neves/SJDC

Simbologia serve para ajudar, mas pode acabar confundindo o consumidor. Alguém se arriscaria a decifrar essa etiqueta?

Enigma das etiquetas

Por Gabriela Amatuzzi

Para quem acha que somente aparelhos de DVD, celulares, eletrodomésticos e outros equipamentos eletrônicos são vendidos com manual de instruções, pode ser uma surpresa descobrir que também as peças de vestuário vêm acompanhadas com várias orientações de uso. As normas vigentes determinam que as etiquetas afixadas às roupas devem conter obrigatoriamente, entre outras informações, quais os cuidados necessários para sua conservação. Assim, todo o consumidor recebe advertências sobre como lavar, passar e secar de forma adequada sempre que compra ou ganha qualquer roupa, seja nacional ou importada.

Mas, ao adquirir uma peça de vestuário, poucas pessoas prestam atenção às instruções que as etiquetas trazem e, pior, a maioria não entende o significado dos símbolos. Quem sabe o que quer dizer um quadrado com vários riscos na vertical? Ou, ainda, o desenho de um ferro de passar roupa com dois pontinhos dentro? Essa dificuldade contraria o Código de Defesa do Consumidor, que classifica como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de características, qualidade e riscos que apresentem.

As normas vigentes definem que as etiquetas de produtos têxteis, fabricados no Brasil ou importados, devem conter as seguintes instruções em língua portuguesa: tamanho; nome ou razão social ou marca registrada do fabricante ou importador; identificação fiscal (como o CNPJ); país de origem; composição; e quais os cuidados necessários para conservação da peça, que podem ser expressos em símbolos ou textos, e incorporam os itens "lavagem", "uso de cloro", "secagem", "passadoria" e "limpeza a seco".

A combinação de fatores como o tipo de fibra, a estrutura do material têxtil, corantes/pigmentos aplicados, tipo de confecção, entre outros, determina quais os cuidados de conservação devem ser indicados. No Estado de São Paulo, o responsável por verificar a presença das informações obrigatórias nas etiquetas e a correspondência entre a composição indicada na etiqueta e os tipos de fibras efetivamente presentes no tecido é o Instituto de Pesos e Medidas (Ipem-SP), órgão que, assim como o Procon-SP, é vinculado à Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania.

> **“É preciso construir um novo conceito de informação dentro de uma simbologia brasileira”**
>
> *Regina Andrade*

Desinformação

Para conseguir incluir todas as informações obrigatórias nas etiquetas, os fabricantes utilizam símbolos. No entanto, em vez de auxiliar, os ícones podem deixar o consumidor ainda mais confuso e, o que é pior, negligenciado em seu direito, como aponta a coordenadora do curso de design de moda da Univali (Universidade do Vale do Itajaí), em Santa Catarina, mestre em Design pela PUC-Rio e especialista no assunto, Bianka Cappucci Frisoni. Para ela, o maior problema é que não há a devida divulgação da simbologia usada pelos fornecedores.

“A simbologia proposta pela Norma 8719 da ABNT deveria ser de fácil entendimento para o consumidor, mas isso não acontece, devido à variação que cada símbolo possui e, também, devido à semelhança com outros símbolos que não dizem respeito ao que estes se propõem e querem significar. Quando juntos, estes geram várias combinações que não são fáceis de interpretar. Além disso, agregam muitas informações num mesmo símbolo e isto pode levar o consumidor a não saber dar o correto tratamento ao produto no que diz respeito a lavar e passar”, argumenta.

Bianka desenvolveu, entre 2003 e 2004, uma pesquisa sobre a compreensão dos símbolos pelos consumidores e concluiu que, quanto mais a imagem gráfica se aproxima do dia-a-dia das pessoas, mais facilidade elas têm em entendê-la. Um bom exemplo, diz, é a maior familiaridade com a instrução de lavagem manual, cujo símbolo é uma mão mergulhada em uma tina. Por isso, para evitar a desinformação, a especialista acredita que o ideal seria uma revisão nos símbolos usados atualmente para que passem a ter uma linguagem mais próxima ao cotidiano.

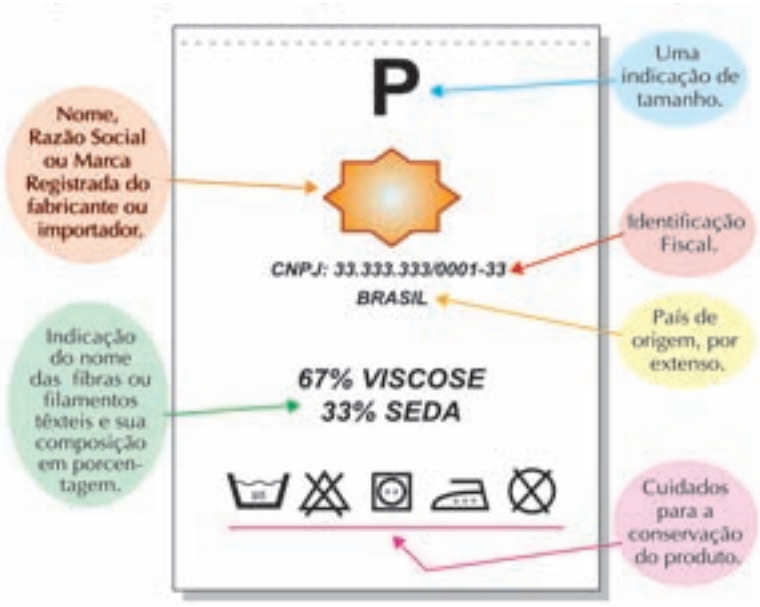
Desconfiança

Simone da Silva, de 31 anos, trabalha há nove anos no ramo de lavanderia de roupas e afirma que, apesar de conhecer as imagens das etiquetas, costuma lavar, alvejar e passar as peças de acordo com a sua experiência profissional. Para ela, seguir o seu conhecimento prático facilita o trabalho e torna o resultado mais seguro. “Tenho alguns cuidados próprios para as peças mais delicadas: para passar costumo utilizar proteção específica e, para lavar, coloco as roupas em um saco que as protege. Terno, só lavagem a seco. Sigo minha experiência e nunca tive problema com nenhuma peça de roupa”, revela.

Os símbolos internacionais que representam os processos de lavagem, alvejamento a base de cloro, secagem, como passar a ferro e limpeza a seco são representados por, respectivamente, uma tina, um triângulo, um quadrado, o desenho de um ferro e um círculo. Para a definição dos cuidados específicos em cada uma das etapas do processo, imagens gráficas complementares são associadas. Por exemplo, o X sobre o símbolo indica que o tratamento não é indicado; já os pontinhos no interior do símbolo representam qual a temperatura indicada (quanto menor a quantidade de pontinhos, menor a temperatura a ser utilizada); entre outros.

De acordo com as regras atuais, definidas pelo Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial), a indústria têxtil não pode utilizar outro tipo de informação que não as conveniadas pela Ginetex (Associação Internacional para Códigos de Cuidado Têxtil) – entidade que detém a propriedade do padrão dos símbolos. A técnica de defesa do consumidor do Procon-SP Regina Andrade acredita que, para preservar o princípio da informação clara e precisa, há necessidade de se rever o uso da codificação internacional. “É preciso construir um novo conceito de informação dentro de uma simbologia brasileira.”

Informações obrigatórias em uma etiqueta


P
Uma indicação de tamanho.
Nome, Razão Social ou Marca Registrada do fabricante ou importador.
Identificação Fiscal.
CNPJ: 33.333.333/0001-33
BRASIL
País de origem, por extenso.
Indicação do nome das fibras ou filamentos têxteis e sua composição em porcentagem.
67% VISCOSE
33% SEDA
Cuidados para a conservação do produto.

Fonte: Inmetro

Felipe Neves/SJDC

Presente de grego

Por Felipe Neves e Francisco Itacarambi

O ano de 2007 vai ficar marcado na cabeça do consumidor brasileiro – infelizmente, de maneira não muito positiva. Descobriu-se que o singelo ato de brincar pode ser prejudicial à saúde. E não se trata apenas de um inofensivo trocadilho com as mensagens obrigatórias em caixas de cigarro. A indústria de brinquedo, o mais tradicional presente de datas comemorativas como Natal e Dia das Crianças, se viu obrigada a fazer recall de cerca de um milhão de itens comercializados no país por suspeita de conterem substâncias que podem oferecer risco às crianças. Risco mesmo. Até de morte.

Em outras palavras, pressionadas por órgãos públicos, empresas do ramo tiveram que tirar de circulação brinquedos que já estavam no mercado. O procedimento está previsto no Código de Defesa do Consumidor (art. 10). "O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades e aos consumidores, mediante anúncios publicitários", determina a lei.

É claro que o ideal, independentemente do setor, seria não haver necessidade de recolher nenhum produto colocado no mercado de consumo. Entretanto, quando o fornecedor tem a mínima suspeita de que suas mercadorias podem oferecer qualquer tipo de risco ao consumidor, ele deve imediatamente promover o recall. Isso significa comunicar de forma maciça, alertar, abrir diversos canais de contato. Gritar aos quatro cantos do mundo. Garantir que absolutamente todos os potenciais consumidores saibam o que está ocorrendo, para minimizar ao máximo a possibilidade de um acidente relacionado ao defeito. "A empresa não pode se preocupar com sua imagem no momento do recall. A prioridade deve ser a segurança do consumidor, ainda mais quando envolve crianças", defende Carlos Augusto Coscarelli, assessor chefe da Fundação Procon-SP.

Gigante multinacional

O caso que mais assustou os consumidores (mais especificamente, pais que vêem seus filhos rodeados de brinquedos diariamente) e autoridades no Brasil e no exterior foi o da Mattel, a maior do mundo no ramo de produtos infantis. Em meados de agosto, a multinacional norte-americana anunciou o recolhimento de milhões de unidades em diversos países e colocou em xeque a concentração de sua produção em países asiáticos, especialmente a China.

O principal problema era o alto índice de chumbo nas tintas utilizadas para pintar os brinquedos. Especialistas dizem que a ingestão de quantidades excessivas da substância por crianças pode causar transtornos como retardo mental e problemas comportamentais. Tintas com níveis mais elevados de chumbo costumam ser vendidas por um terço do preço da apropriada. Especula-se que as fábricas chinesas tenham tentado aumentar o lucro de forma irregular. Os produtos da Mattel também tiveram problemas com ímãs expostos. Uma criança morreu nos Estados Unidos após ingerir, simultaneamente, dois ímãs de uma boneca da linha Polly.

"À medida que as festas de fim de ano se aproximam, os pais esperam que o outro sapato de plástico da Barbie caia. Quando um brinquedo da

Leonardo Tote/SJDC

O que diz a lei

"O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança. § 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários."

Fotos: Divulgação

Com problema na pintura, brinquedos circulados fizeram parte do recall da Mattel

Mattel é recolhido por ter pintura com chumbo, eles devem evitar só este, ou todos os da Mattel, ou todos os pintados na China, ou todos os brinquedos vindos da China?", indagou o jornal "The New York Times", em reportagem publicada no início de outubro.

No mercado brasileiro, a princípio, a empresa alegou que não havia problemas com seus produtos. Entretanto, depois de quase um mês em que todos os dias pipocavam novas notícias relacionadas à crise, foi anunciado o recall por aqui também – no total, a convocação envolveu quase 900 mil unidades que já estavam em circulação no país. Em um primeiro momento, a Fundação Procon-SP realizou *blitz* em 25 estabelecimentos comerciais relacionadas diretamente ao recall da Mattel. Em duas lojas, foram localizados brinquedos integrantes da convocação – ambas foram autuadas e os produtos apreendidos. Também foram autuados dois sites de comércio eletrônico. Paralelamente, a Mattel recebeu duas notificações do Procon-SP para prestar esclarecimentos sobre o assunto.

Neste meio tempo, também foram realizadas duas reuniões com representantes da empresa para apresentar a sistemática da troca de brinquedos e/ou ressarcimento. Ocorre que as informações relatadas pelos consumidores que procuravam o Procon-SP não convergiam, em alguns casos, com as da empresa. Em virtude disso, o órgão abriu um espaço em seu site (www.procon.sp.gov.br) para ouvir os consumidores sobre a qualidade e rapidez do atendimento. Caso seja constatada a ineficiência no processo de recolhimento, outras medidas, inclusive judiciais, serão tomadas. "A empresa pode, inclusive, ter que refazer toda a publicidade sobre o recall", explica Coscarelli.

O ponto de conflito central está no modelo adotado pela empresa. Ao contrário de produtos de grande valor agregado, como veículo ou eletrodoméstico, não foi determinado um posto fixo (algo como uma assistência credenciada ou concessionária) para resolver o problema. Tudo foi feito por encomenda-resposta. O consumidor procurava a empresa por telefone ou site, que lhe enviava pelo correio um formulário com opções. O consumidor era obrigado a devolvê-lo junto com o brinquedo e uma espécie de recibo (note que o cliente não fica com qualquer comprovante). Posteriormente, a empresa enviaria a opção escolhida (reembolso ou troca). Em suma, um processo burocrático de uma operação que poderia levar, conforme constatado, graves riscos à saúde.

Nas averiguações do Procon-SP, ficou nítido que ocorreu uma baixa adesão tanto de consumidores que procuraram a empresa, quanto de trocas/reembolsos efetivamente concluídas. Isso, por si só, já é um fato grave. Existe outro agravante. Não cabe des-

Leonardo Tote/SJDC

Convocações de recall *não inibiram a pensionista Maria Valdeci, que escolheu uma boneca Polly para presentear sua neta no Natal*

cartar a hipótese, por exemplo, que diante dessa via-crúcis diversos pais tenham optado em tirar imediatamente os brinquedos de perto de seus filhos – garantindo a segurança – e dado o problema como resolvido. Aparentemente, a medida pode ser adequada. No entanto, além de trazer prejuízo ao consumidor, pode ser altamente perigosa. O fato é: o brinquedo não foi retirado do mercado de forma segura.

A demora em se manifestar no sentido de tirar os brinquedos de circulação irritou outras autoridades brasileiras. "A Mattel foi notificada, e respondeu mal a essa notificação, pelo menos por algum tempo", revela Beatriz Salles, coordenadora geral de Assuntos Jurídicos do DPDC. Um processo administrativo foi aberto no órgão para avaliar se houve negligência da multinacional, e se a postura colocou em risco o consumidor brasileiro, mesmo após a ampla divulgação dos fatos – não havia sido concluído até o fechamento desta edição.

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior foi além. Suspendeu, em meados de agosto, a licença de importação de todos os produtos da Mattel. O objetivo da medida era impedir que brinquedos com defeito entrassem no Brasil – até aquele momento, não havia sido anunciado o recall aqui. "A suspensão só será revogada quando a fabricante atender a todas as normas técnicas, que são estabelecidas por órgãos do governo e fiscalizadas pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial [Inmetro]", determinou, à época, o ministério. A suspensão só foi revogada em outubro, quando a multinacional conseguiu comprovar que estava adequada ao sistema de certificação brasileiro.

Procon-SP autuou duas lojas e dois sites de comércio eletrônico que continuaram vendendo brinquedos envolvidos no recall

O diretor de Qualidade do Inmetro, Alfredo Lobo, vê como digno de lamentação o episódio. Em sua opinião, a Mattel optou por recolher os brinquedos no Brasil simplesmente porque não tinha controle de sua produção, isto é, não era capaz de afirmar, com certeza, se os itens com problema foram comercializados aqui ou não. "A Mattel, lamentavelmente, estava em uma situação muito preocupante. Ela não tinha clareza de onde havia e onde não havia aquele lote, então ela resolveu, por via das dúvidas, determinar o recolhimento aqui no Brasil também", explica.

China, outra vez

Se o recolhimento dos brinquedos da Mattel (de diversas linhas famosas, como Polly e Barbie) já havia deixado os consumidores com a pulga atrás da orelha, um outro episódio, quase na mesma época, veio para ratificar o problema. A Gulliver anunciou a retirada do mercado dos brinquedos da linha Magnetix, um total de 49.674 unidades.

Assim como no caso anterior, a bomba estourou no exterior, mais especificamente no mercado norte-americano. A fabricante, a Mega Brands, empresa canadense, tentou, digamos, neutralizar os danos e limitá-los à terra do Tio Sam. Não conseguiu. "No Brasil, não se reproduziu o recall feito no

Direitos do consumidor

Constatada a periculosidade, fica o fornecedor obrigado a providenciar a troca do produto por outro ou a restituição do valor, à escolha do consumidor, imediatamente. Os consumidores que já passaram por algum acidente causado pelo defeito apontado no recall poderão solicitar, por meio do Judiciário, reparação integral dos danos morais e patrimoniais, eventualmente sofridos.

Leonardo Tote/SJDC

Maior parte dos brinquedos recolhidos no Brasil e no mundo foram fabricados na China

exterior de forma simultânea, porque a Mega Brands Inc., empresa canadense, por conta da qual o produto é fabricado na China, considerou o assunto circunscrito ao mercado norte-americano, decidindo não comunicar o fato formalmente nem mesmo aos seus parceiros de qualquer outro país", informou, na ocasião, a Gulliver em comunicado oficial.

Os dois episódios fizeram com que o governo brasileiro mudasse as regras do jogo e tornasse muito mais rigorosa a certificação de brinquedos, sobretudo os importados. Em 24 de agosto, o Inmetro publicou a Portaria 326, que extinguiu definitivamente o uso do "Sistema 4" para brinquedos; o "Sistema 5" também praticamente saiu de cena (só podendo ser usado por fabricantes nacionais). A bola da vez é o "Sistema 7", que se caracteriza pela certificação por lote, não por amostra.

> **"As empresas buscam passar a imagem de que estão admitindo um erro, mas muitas vezes só fazem a convocação após pressão do SNDC"**
>
> ***Beatriz Salles***

"Todo mundo está tomando medidas no sentido de se precaver. É mais caro, é mais demorado. Agora, é o preço que a gente vai pagar para ter maior segurança. Os dados e fatos recentes mostram que esses sistemas em vigor estão superados", explica Lobo.

"Não houve nada de errado no Brasil e está dando esse bafafá todo. Imagina se houvesse acontecido algum acidente aqui! Então, usando o princípio da precaução, nós resolvemos adotar uma medida dura. É dura sim. Aumenta a segurança, aumenta a confiança, mas vai ter um preço alto, que é o pro-

Transparência

A diretoria de fiscalização do Procon-SP faz o monitoramento diário na mídia pra acompanhar a divulgação de recall. O fornecedor que fizer um chamamento e não comunicar o órgão de defesa do consumidor é notificado a prestar esclarecimentos imediatamente e pode ser autuado.

cesso mais oneroso, mais demorado", acrescenta o diretor do Inmetro.

A mudança básica é que, pelas regras do "Sistema 4", antes de trazer o produto para o Brasil, a importadora levava uma amostra a algum organismo de certificação credenciado pelo Inmetro. Se fosse aprovado, o produto era liberado para entrar no mercado nacional. Depois de alguns meses sendo comercializado, o brinquedo sofreria fiscalização, para garantir que não houve nenhuma alteração entre a amostra apresentada e o produto nas prateleiras.

Agora, com a aplicação do "Sistema 7", todos os lotes do produto que pretendem entrar no mercado devem ser trazidos para que amostras de cada um deles sejam submetidas aos testes do organismo credenciado pelo Inmetro. Se uma unidade testada não for aprovada, todas as demais mercadorias perdem o direito de ficar no Brasil, e retornam ao seu país de origem para que o fabricante se ajuste às normas de segurança. Por isso, o processo é mais oneroso, uma vez que mais testes precisam ser realizados e há o risco de as unidades serem "barradas".

Repasse no preço

O diretor presidente da Associação Brasileira dos Importadores e Exportadores de Brinquedos e Produtos Infantis (Abrimpex) faz duras críticas à medida do Inmetro pelo fato de encarecer demais a produção. Ele acredita que isso fará os brinquedos serem "inflacionados". "O processo de certificação não mudou muito, mas o laboratório que custava, por exemplo, R$ 1.000, agora está custando R$ 30 mil, R$ 40 mil. É aí que vai ser repassado para o consumidor esse valor."

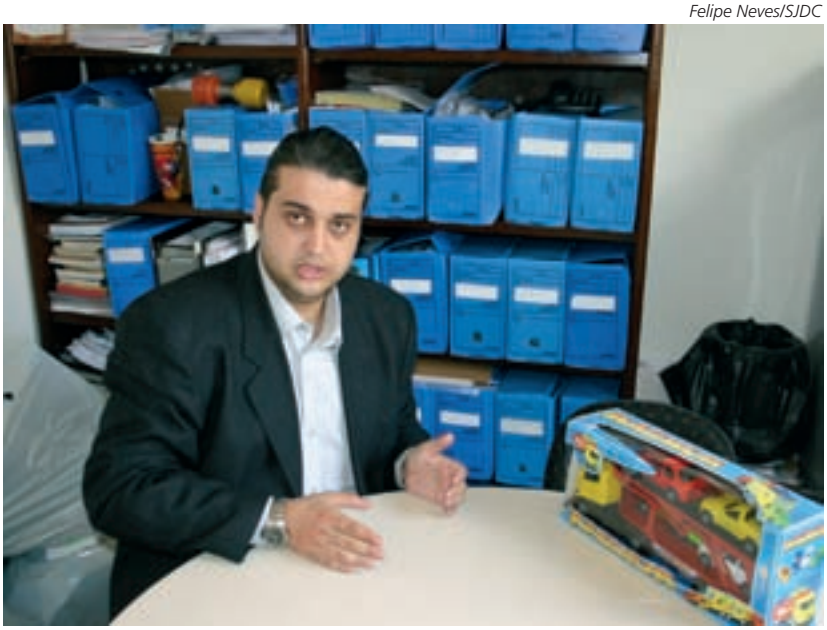
Para Benevides, a medida não aumenta a segurança dos brinquedos que entram no mercado e foi tomada apenas para dar uma satisfação à sociedade, que estava assustada com as notícias do exterior. Segundo ele, a aplicação dos sistemas 5 e 7 "dificulta a vida dos fabricantes nacionais e importadores, não tornando mais seguro o brinquedo". "Isso deixou o processo muito mais difícil, muito mais caro. E não quer dizer que ficou mais eficiente", afirma.

Além disso, Benevides acredita que maior rigidez nas normas pode ter efeito inverso: estimular a pirataria. A conta dele é que, como a certificação ficou mais complicada, o preço dos brinquedos deve aumentar, o que pode levar o consumidor a procurar itens ilegais. "A perspectiva é que tenha menos brinquedos certificados, brinquedos mais caros e uma enxurrada de brinquedos de contrabando", critica.

O diretor do Inmetro desdenhou as críticas da Abrimpex. Para Lobo, não é nenhuma surpresa a rejeição às novas medidas por parte de uma associação que representa empresas que "ganham fortunas importando porcarias do exterior". "É lógico que empresas que se valiam disso vão reclamar", ironiza. "O mundo globalizado tem uma realidade diferente do que tinha o comércio internacional algum tempo atrás. Portanto, as práticas de avaliação da conformidade têm que ser repensadas."

> **"A empresa não pode se preocupar com sua imagem no momento do recall. A prioridade deve ser a segurança do consumidor, ainda mais quando envolve crianças"**
>
> ***Carlos Augusto Coscarelli***

Felipe Neves/SJDC



Para diretor da Abrimpex, novas normas de certificação encarecem demais o processo

> **“O mundo globalizado tem uma realidade diferente do que tinha o comércio internacional algum tempo atrás. Portanto, as práticas de avaliação da conformidade têm que ser repensadas”**
>
> ***Alfredo Lobo***

Leonardo Tote/SJDC

Episódios de recall fizeram Inmetro endurecer normas de certificação de brinquedos

“Ecstasy *líquido*”

Apesar da maior rigidez, apareceu outro caso (bastante assustador) no mercado. O mais recente episódio de recall de brinquedos ocorreu no início de novembro com a linha Bindeez (quatro itens), que é fabricada pela australiana Moose Enterprise e distribuída no Brasil pela importadora Long Jump. Inicialmente, houve o recall do produto no exterior (Estados Unidos, Austrália e Canadá), mas a notícia logo se espalhou pelo mundo inteiro. Foi detectado que as bolinhas que fazem parte da brincadeira, quando engolidas, podem transformar-se em substância similar ao GHB (ácido gama-hidroxibutírico), droga conhecida como “*ecstasy* líquido”, usada no golpe “boa noite, Cinderela”. Só isso.

Em comunicado oficial, a Long Jump informou que, desde maio de 2007, foram comercializados no país um total de 63.696 unidades, que começaram a ser recolhidas a partir do dia 21 de novembro. Apesar de acatar fazer o recall, a importadora ressalta que não houve registro de problemas relacionados ao lote que veio ao Brasil e que o produto foi devidamente certificado pelo Inmetro. “Até o momento, não foi confirmada a presença de substâncias tóxicas no produto, mas a Long Jump já confirma a realização do recall preventivo da linha Bindeez.”

O GHB não é uma substância artificial: é um mensageiro químico produzido pelo próprio organismo. Nas concentrações em que ocorre naturalmente no sistema nervoso, ele é um neurotransmissor excitatório. Isso explica os efeitos iniciais da versão sintética da substância: euforia, aumento do desejo sexual e da sociabilidade. No entanto, basta um pequeno aumento na dose para que a substância ganhe efeitos sedativos, invertendo sua ação inicial de excitatória para inibitória do sistema nervoso, o que pode causar várias horas de sono profundo e, logo depois, um despertar repentino.

Capitalizando

Embora faça questão de ressaltar o caráter preventivo, “já que nenhum acidente com estes brinquedos foi registrado”, a própria Mattel admite o impacto negativo dos episódios à marca. “No curto prazo, a imagem da empresa fica prejudicada, mas entendemos que esta é a coisa certa a se fazer já que priorizarmos nossos consumidores”, diz a empresa, por meio de sua assessoria de imprensa, em nota oficial enviada à **REVISTA PROCON-SP.**

Trombone

A Fundação Procon-SP entende que por se tratar de possibilidade de risco à saúde do consumidor, a empresa que convocar recall deve, além de recolher o produto do mercado ou sanar o defeito imediatamente, divulgar amplamente o ocorrido pela imprensa escrita, rádio e TV, conforme determina a legislação. Caso o retorno dos consumidores fique aquém do esperado, uma nova campanha de divulgação deve ser realizada.

A gigante norte-americana de brinquedos sentiu no bolso os efeitos do recolhimento de produtos. O lucro líquido caiu 0,9% no terceiro trimestre 2007 em comparação com mesmo período do ano anterior – de US$ 239 milhões (US$ 0,62 por ação) para US$ 236,8 milhões (US$ 0,61 por ação). A estimativa é de que no balanço anual essa diferença seja ainda maior. Os encargos relacionados aos recall superam US$ 40 milhões.

Em toda a comunicação, a Mattel tenta mostrar o recall como, em primeiro lugar, iniciativa unilateral, motivada única e exclusivamente pela preocupação com a transparência e com a saúde do consumidor. É o que Beatriz classifica de "tentativa de capitalizar o recall". Segundo ela, as empresas buscam passar à população a imagem de que estão admitindo um erro, porém muitas vezes só fazem a convocação após pressão do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), do qual Procon-SP faz parte. "Não precisar fazer o recall nunca é verdade", diz.

"Não tememos perder consumidores, pois acreditamos que ao longo do tempo o consumidor vai compreender a postura de transparência e respeito da companhia. A grande procura que os brinquedos de nossas marcas tiveram por causa do Dia das Crianças confirma nossas impressões", acrescenta a empresa norte-americana.

Postura semelhante adota a Gulliver. Também em nota oficial enviada com exclusividade, a companhia diz não acreditar que o recall possa trazer prejuízo a sua imagem. "Do ponto de vista institucional, a Gulliver acredita que esse procedimento não tenha afetado sua imagem, uma vez que agiu de forma responsável e transparente, não medindo esforços para assegurar o bem-estar de seus consumidores."

Para a Gulliver, o episódio foi um "fato isolado" e "representa um amadurecimento nas relações de consumo" porque "reforça o compromisso da empresa com o consumidor". A empresa também não teme perder clientes por causa do recall. "Esse episódio foi um fato isolado, em uma linha de brinquedos que corresponde a menos de 5% do faturamento da empresa. Além disso, a Gulliver é uma empresa tradicional no mercado nacional e, durante o ocorrido, agiu de forma transparente e responsável."

Empresas usaram a internet para informar consumidor sobre recall

Consumo sem brincadeira

Por Felipe Neves

O mercado envia milhões de estímulos de consumo a crianças e adolescentes diariamente. São publicidades com mascotes, rótulos coloridos de produtos, brindes colecionáveis e ações de marketing direto. Sem falar nos comerciais espetaculares com uma linha fina sugestiva apontando que se trata de "imagem ilustrativa". As inúmeras formas de comunicação mercadológica com alvo específico ao público infanto-juvenil levanta uma questão importante: esse fenômeno respeita a lei? Na visão do Instituto Alana, que desde 2005 desenvolve o projeto Criança e Consumo, a resposta é não.

A interpretação da ONG é que o próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC) proíbe o mercado de usar a criança como alvo de propaganda. "A nossa maior meta é acabar com a publicidade que é dirigida para a criança", afirma a advogada e coordenadora do projeto Criança e Consumo, Isabella Vieira Machado Henriques, para quem a modalidade "já é proibida no país". "O que não existe é uma efetividade dessa norma", critica.

Faz sentido. Analisemos os artigos 36 e 37 da legislação consumerista. O primeiro determina que a publicidade deve ser fácil e claramente identificada como tal. Aqui surge o primeiro problema com relação à criança. "É praticamente pacífico entre pedagogos, psicólogos, pediatras, enfim, todo mundo que trabalha o tema, que a criança não compreende a publicidade", explica Isabella.

Já o artigo 37 proíbe publicidade abusiva e enganosa. Se levarmos em conta o fato de que, em sua grande maioria, as crianças não são capazes de compreender a complexidade das relações de consumo, fica evidente que "sempre que a publicidade for voltada para a criança, vai se valer dessa deficiência de julgamento e de experiência dela", define a advogada, que é autora do livro "Publicidade abusiva dirigida à criança" (Ed. Juruá).

Na prática

Mas não é só de teoria que vive o projeto Criança e Consumo. Em março de 2006, a ONG organizou o primeiro fórum internacional sobre o tema, que reuniu teóricos de diversos países e áreas – de pedagogos a publicitários, passando por psicólogos, filósofos, jornalistas, pediatras, professores, entre outros. Nos seminários, acompanhados por cerca de 500 pessoas, foram abordados temas como ética, saúde infantil e poder de influência da TV.

A meta desta primeira experiência era "chamar a atenção da sociedade" para a questão do consumismo – e alertar como esse problema vem se desenvolvendo durante a infância. O evento é bienal. O próximo, que vai

Leonardo Tote/SJDC

Ambiente descontraído é a marca da "redação" do projeto Criança e Consumo *que fica na zona sul de São Paulo*

ocorrer no segundo semestre de 2008, já está em fase de preparação e abordará, entre outras questões, como os próprios produtos e serviços disponíveis no mercado de consumo criam valores distorcidos e geram conseqüências, como, por exemplo, a diminuição das brincadeiras criativas.

Outra forma de atuação do Instituto Alana é dar suporte técnico para legislação ligada ao tema. A ONG participa ativamente, por exemplo, do debate em torno do Projeto de Lei 5.921, que tramita na Câmara dos Deputados desde 2001. De autoria do deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), o PL quer acrescentar um parágrafo ao artigo 37 do CDC, proibindo a publicidade para a venda de produtos infantis. "Nós apoiamos porque acreditamos que pode dar maior efetividade para uma regra que já existe", diz Isabella.

Com base em sua experiência no assunto, o Criança e Consumo também monta representações contra empresas e meios de comunicação que desrespeitam os direitos da criança por meio de publicidades. A entidade não ajuíza ações na Justiça, por isso encaminha as documentações levantadas a órgãos como o Procon-SP e o Ministério Público, para que estes tomem as medidas legais cabíveis.

Multiplicadores

O projeto procura disseminar o assunto do consumismo infantil, colocá-lo em pauta em diversos setores. "A idéia é multiplicar", revela a coordenadora. O primeiro passo para isso é desenvolver um site completo em termos de conteúdo – com artigos, legislação internacional, agenda de eventos e seminários, entre outras informações –, que seja referência para educadores, jornalistas, publicitários, psicólogos e demais interessados. O portal já existe (www.criancaeconsumo.org.br/), mas ainda não está da forma idealizada pelos responsáveis. Segundo Isabella, os aperfeiçoamentos já estão em curso.

Leonardo Tote/SJDC

Para Isabella, publicidade para o público infantil desrespeita a lei

Além disso, a ONG procura desenvolver materiais culturais e educativos que incentivem esse debate. Um bom exemplo é a tradução, edição e distribuição do livro "Crianças do consumo – A infância roubada", de Susan Linn, professora e psiquiatra norte-americana, que é uma das inspiradoras dos criadores do Criança e Consumo.

> **"É praticamente pacífico entre pedagogos, psicólogos, e pediatras que a criança não compreende a publicidade"**
>
> ***Isabella Henriques***

A partir do livro, o Instituto Alana desenvolveu ainda um pequeno encarte para ser distribuído em palestras e eventos, com informações e dicas pontuais para proteger as crianças brasileiras do consumismo (foto). A cartilha traz, em linguagem didática, o que cada ator – pais, associações, políticos e profissionais que trabalham com criança – pode fazer para diminuir os impactos negativos da agressividade do mercado.

Ambiente universitário

Como a palavra de ordem é disseminar conhecimento, não há lugar melhor para isso do que a universidade. Em parceria com o Programa In-Formação, da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), o Instituto Alana concedeu dez bolsas de estudo – R$ 300 mensais durante seis meses – para que alunos da área de comunicação desenvolvam seus trabalhos de conclusão de curso (TCC).

Os projetos escolhidos são ligados ao tema "Criança, Consumo e Mídia" e serão apresentados até o início de 2008. Foram contemplados estudantes de sete Estados diferentes (BA, MS, PB, PR, RJ, RS e SP). A idéia é ampliar esse tipo de iniciativa para pesquisas de mestrado e doutorado.

Casa quase própria

Por Felipe Neves

Leonardo Tote/SJDC

Desrespeitos ao CDC em crédito imobiliário são constantes, diz Pfeiffer

"Não queremos crucificar os bancos. Na verdade, o que nós queremos é que eles cumpram as regras." A frase do procurador de Justiça Marco Antonio Zanellato resume o sentimento daqueles que trabalham na árdua tarefa de tentar proteger o extremamente vulnerável consumidor de serviços bancários. Ele foi um dos debatedores do seminário sobre crédito imobiliário promovido, no fim de setembro, pela Fundação Procon-SP, em parceria com o Ministério Público do Estado de São Paulo e a Associação Pro Teste.

O evento, que ocorreu no auditório Tylene de Morais, na sede do MP-SP, reuniu diversos setores da sociedade, com representantes de órgãos de proteção às relações de consumo, da mídia, da academia e de associações de crédito e de mutuários, entre outros. A proposta era buscar, por meio do confronto de idéias, medidas para garantir que alguns direitos básicos, como o de plena informação, garantido pelo Código de Defesa do Consumidor (artigo 6º), sejam efetivamente aplicados aos contratos de empréstimo para a aquisição da casa própria.

Anfitriões

A coordenadora do Centro de Apoio Operacional do Consumidor do MP-SP, Deborah Pierri, criticou o fato de que, apesar da euforia do mercado com o grande volume de negócios, as instituições financeiras "ainda hoje ocupem a pauta dos maiores órgãos de defesa do consumidor". "Não há dúvida que o crescimento desse setor só será seguro e proporcionará o desenvolvimento do nosso país, se tiver como premissa a responsabilidade social na oferta do crédito", definiu a promotora.

Para o diretor-executivo da Fundação Procon-SP, Roberto Pfeiffer, que coordenou o debate, algo precisa ser feito para conter os "inúmeros e constantes desrespeitos à legislação de defesa do consumidor, seja no aspecto informacional, seja no aspecto de cláusulas abusivas no contrato". Só assim, acredita, será possível alcançar a "parte boa", que é "a viabilização da casa própria".

Mea culpa?

O superintendente da Associação Brasileira de Empresas de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip), Carlos Eduardo Duarte Fleury, disse considerar "fundamentais" debates desse tipo porque "efetivamente, é necessário explicar diversas questões à sociedade brasileira". O que parecia uma sinalização de mea culpa, logo se esclareceu. Nas intervenções seguintes, ele fez um acalorado discurso sobre a importância do desenvolvimento do crédito para o país e, contrariando todos os dados de órgãos de defesa do consumidor e do MP-SP, declarou que, hoje em dia, "as informações são totalmente dadas ao mutuário".

Zanellato, como não poderia deixar de ser, discordou. Defendeu, em primeiro lugar, que o consumidor precisa saber o custo efetivo das parcelas – não apenas os índices e juros aplicados. Além disso, criticou a omissão da informação de que a dívida pode ser paga antecipadamente, com a dedução dos custos e sem qualquer ônus

(algumas instituições têm desrespeitado o CDC ao cobrar taxas para a quitação do crédito, prática claramente abusiva, condenada pelo Procon-SP). "Só vamos chegar a uma situação ideal no dia em que essas informações forem efetivamente dadas ao consumidor. E hoje, com o devido respeito, essas informações são dadas de forma parcial", afirmou.

> **"Quando nós vamos parar de discutir cláusulas abusivas para debater a situação do consumidor de boa-fé que se endivida?"**
>
> *Márcio Mello Casado*

Superendividamento

O advogado Márcio Mello Casado, autor do livro "Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro" (Ed. Revista dos Tribunais), logo de cara se declarou um "pessimista". "Vejo uma nuvem negra se aproximando", disse. Ele se referia ao fenômeno conhecido como superendividamento, que pode ser agravado com a recente onda da concessão desenfreada de crédito. Sempre irônico, Casado cobrou uma posição das instituições financeiras. "Quando nós vamos parar de discutir cláusulas abusivas para debater a situação do consumidor de boa-fé que se endivida?", indagou.

Chamado para comentar a questão, o representante da Caixa Econômica Federal, Hemerson Melhado, foi um caso à parte. Entusiasmado e sorridente, ele parecia um animador de platéia. Após citar, com orgulho, alguns números, como a concessão de cerca de R$ 60 milhões por dia para a compra da casa própria, o executivo ressaltou que "sempre houve a preocupação de informar o cliente". "Nós temos que deixar claro para ele que está assumindo um compromisso de 20, 30 anos", acrescentou. Prova dessa preocupação, argumentou, seria que os gerentes são orientados a dar o máximo de informações possíveis sobre o candidato ao crédito, e que muitas vezes ele é negado.

As intervenções animadas de Hemerson, entretanto, não convenceram o advogado. Ao contrário, o irritaram. "Ficou mais que comprovado aqui que financiamento imobiliário vende sonhos", cutucou. Em seguida, foi mais enfático: "Crédito não é brincadeira. Ou se promove uma maior conscientização, ou não dá." Posição que foi corroborada por Zanellato. "Não estamos brincando. Essa questão é seriíssima", salientou o procurador.

Representando os mutuários, o consultor jurídico da Associação Brasileira da Habitação, Maycon Truppel Machado, condenou a agressividade da oferta de crédito e, por isso, se mostrou cético com a possibilidade de que seja viabilizada alguma medida preventiva contra o endividamento. "Um país onde o próprio governo incentiva o aposentado a se endividar para viajar...", disse, em referência ao programa do Ministério do Turismo de conceder crédito consignado a aposentados e pensionistas do INSS (leia mais na página 10).

Leonardo Tote/SJDC

Zanellato cobra que instituições financeiras passem informações precisas ao consumidor

Dicas

- É importante solicitar que todas as informações passadas pelo vendedor/corretor façam parte do contrato
- Consumidor deve exigir o memorial descritivo (documento em que consta toda a descrição do imóvel)
- Contratante deve verificar o índice de reajuste que incidirá sobre as parcelas e como este tem evoluído nos últimos meses
- É fundamental verificar se consta no contrato a obrigatoriedade de quitar o total ou parte do saldo devedor em dado momento (em alguns casos, coincide com a entrega das chaves)

Diploma de graça

Por Felipe Neves

Arquivo pessoal

Beneficiada por liminar, formanda não precisou pagar por diploma

Depois de alguns anos de esforço e dedicação – tanto para ser aprovado como para conseguir pagar as salgadas mensalidades –, o estudante universitário se depara com uma desagradável surpresa: a taxa para a emissão de diploma, prática que vem causando polêmica em todo o país e, na visão da Fundação Procon-SP, se enquadra na definição de prática abusiva do artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor.

Já existe uma verdadeira guerra judicial sobre o assunto. Recentemente, duas decisões da Justiça obrigaram diversas instituições de ensino de São

Taxa para emissão de diploma é prática que vem causando polêmica em todo o país

Paulo (como PUC-SP, Uniban, Unicsul, FMU e São Judas, entre outras) a, em primeiro lugar, cessarem a cobrança das tais taxas e, em segundo, a devolverem o valor cobrado de alunos formados nos cinco anos anteriores.

No entanto, as decisões ainda estão em trâmite no Poder Judiciário. São recursos, liminares, julgamentos de mérito, etc. Tudo isso porque as ações se baseiam em diversas legislações – de direito do consumidor, passando por contratual a resoluções do Conselho Federal de Educação. Pensando nisso, o deputado estadual Edson Giriboni (PV) propõe a criação de uma lei es-

pecífica sobre o tema em São Paulo. O Projeto de Lei 1204 está em tramitação na Assembléia Legislativa (Alesp) desde setembro.

"Devemos considerar que essa cobrança é indevida e não encontra respaldo em nosso ordenamento jurídico, sendo, inclusive, objeto de discussão e conflito judicial entre formandos e instituições de ensino, já existindo várias decisões favoráveis aos alunos", afirma Giriboni na justificativa do PL. "A ausência de uma lei que regulamente a presente questão, tem possibilitado a cobrança absurda destas taxas pelas instituições de ensino sediadas em nosso Estado, o que acaba por distanciar cada vez mais o cidadão dos seus direitos básicos fundamentais", acrescenta.

Proibição

O projeto é bem direto. Tem como objetivo acabar totalmente com a cobrança no Estado, uma vez que atualmente vigora a Lei nº 12.248/2006 que limita o valor da cobrança em 5 Ufesps. "Ficam as instituições de ensino superior sediadas no âmbito do Estado de São Paulo proibidas de cobrarem de seus alunos qualquer taxa ou outro tipo de valor, para emissão do diploma de conclusão do curso", determina o primeiro artigo.

Na proposta original, Giriboni estabelece como multa para as instituições que descumprirem a lei, dez vezes o valor cobrado dos estudantes (e o dobro disso em caso de reincidência). Na visão da Fundação Procon-SP, entretanto, as sanções administrativas aplicadas devem ser aquelas já previstas na legislação consumerista. "Sugerimos, assim, seja apreciada a possibilidade de alteração do artigo 3º do projeto, para que fique definida a aplicação das sanções previstas no artigo 56 do CDC", salienta o parecer assinado pela técnica do Procon-SP Ligiane Serrano Yoshitomi.

Segundo a técnica, esse ajuste permitirá que o Procon-SP tenha plenas condições de fiscalizar as instituições "com o objetivo de apurar infração à lei e aplicar as respectivas sanções".

O artigo 56 do CDC prevê 12 tipos de sanções administrativas, como multa, apreensão de produto, revogação de concessão ou permissão de uso, suspensão temporária de atividades, imposição de contrapropaganda, entre outras. Além disso, o artigo 57 trata especificamente da multa. Diz que ela deverá ser "graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor". "A multa será em montante não inferior a 200 e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo."

Fundação Procon-SP acredita que o projeto traz benefícios ao consumidor, mas recomenda alguns ajustes para evitar contradições com o CDC e sobreposição de tarefas

Que cofre?

O parecer do Procon-SP também questiona o quarto artigo do PL, que determina que o montante arrecadado com as multas "deverá ser revertido para o Fundo Estadual de Proteção ao Consumidor". Criado pela Lei Federal 7.347, de 1985, esse fundo recebe o dinheiro de condenações da Justiça, e é destinado a ressarcir individualmente os consumidores que levaram seu caso ao Poder Judiciário.

Ou seja, multas administrativas devem ser revertidas para os agentes do Estado responsáveis por aplicá-las, para que possam aperfeiçoar o atendimento à população e a fiscalização. "Neste Estado de São Paulo, os valores arrecadados a título de multa administrativa constituem receita desta Fundação. Dessa forma, necessária se faz a supressão do artigo 4º, no sentido de tornar o PL em comento condizente ao artigo 7º, VI, da Lei Estadual 9.192/95", afirma Ligiane.

Conclusão

Em suma, a avaliação do Procon-SP é de que a essência do PL possa trazer benefícios aos consumidores paulistas, no sentido de coibir uma prática abusiva. No entanto, o órgão recomenda alguns ajustes, para que sua aplicação não venha a contrariar fundamentos do CDC ou causar sobreposição de tarefas entre órgãos do poder público.

"Destarte, somos favoráveis ao Projeto de Lei 1.204/2007, com as seguintes ressalvas: i) necessidade de prescrever as sanções previstas no art. 56 do CDC; ii) atribuir exclusivamente à Fundação Procon-SP a competência administrativa para fiscalizar o cumprimento da lei e aplicar as referidas sanções; iii) supressão do art. 4º, que destina a receita arrecadada a título de multa ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor", conclui o parecer.

O projeto está agora na Comissão de Constituição e Justiça da Alesp, que vai analisar se existe algum problema do ponto de vista constitucional – ou seja, se contraria, em algum aspecto, a legislação vigente. Em seguida, o PL ainda deve passar pela Comissão de Educação da Casa. Só depois desses pareceres que a proposta será submetida à votação em plenário.

Sem pressa para entrar na era digital

Por Patrícia Paz

Fotos: Divulgação

A chegada da televisão, nos anos 50, significou uma revolução na forma como os brasileiros recebiam informação e entretenimento. Na década seguinte, veio a primeira grande mudança tecnológica – os modelos em preto-e-branco foram substituídos pela magia das cores. Quem não se lembra dos gols de Pelé, Tostão e companhia durante a gloriosa e, pela primeira vez colorida, campanha do tri? Agora, absolutamente consagrada como o principal meio de comunicação de massa do país, a TV passa por nova significativa transição: deixa de ser analógica para entrar na era digital.

A transmissão de TV Digital já não é uma novidade. O sistema SBTVD (Sistema Brasileiro de TV Digital) está no ar desde 2 de dezembro de 2007 (em São Paulo; já em 2008 chega a MG e RJ). Para os quase 97% dos lares brasileiros com televisores pode significar melhor transmissão de imagem, áudio, interatividade e multiprogramação. Mas os consumidores sabem o que significa essa mudança?

O ponto principal a ser esclarecido é que o consumidor não precisa se desesperar. A adaptação ao novo sistema será gradual: dez anos para a total transição, a partir da assinatura do Decreto 5.820, em junho de 2006, que definiu o padrão japonês para o SBTVD. Ou seja, até 2016 todas as emissoras são obrigadas a enviar também o sinal analógico – durante esse período é obrigatória a transmissão simultânea.

Padrão japonês

A partir de 1992, o Brasil começou, em fóruns fechados, a discussão sobre a mudança de sistema de transmissão. O principal tema em debate era o padrão a ser adotado no país: o norte-americano, o europeu ou o japonês. Segundo o coordenador do Laboratório de Sistemas Integrados (LSI) da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo, o padrão japonês foi escolhido por apresentar, entre outras, duas características interessantes: "robustez" e "flexibilidade".

A "robustez" garante a transmissão de sinal, mesmo que haja interferência de circunstâncias externas

incontroláveis, e não necessita de grandes inovações tecnológicas para a recepção de sinal. A "flexibilidade" permite a quebra do paradigma de transmissão no formato de 480i (atual), preservando essa forma, mas atingindo também qualidade de imagem para 240p (celular e laptop), 480p (DVD), 720p (DVD avançado) e 1080i (cinema e DVD azul).

Além disso, com o novo sistema, é possível receber informações junto à programação, como detalhes do que aconteceu no último capítulo da novela, dados estatísticos em um jogo de futebol ou a sinopse de um filme. O projeto prevê ainda que o consumidor possa, no futuro, interagir com a programação, votando no time mais cotado para ganhar uma partida, por exemplo, pelo controle remoto.

Televisores

Já existem alguns televisores adaptados para a recepção do sinal digital, mas a um preço bem "inflexível" para a maioria da população – não sai por menos de R$ 8 mil. A expectativa é de que os preços caiam bastante nos próximos anos, quando os fabricantes aumentarão a produção. Mais uma vez, a dica ao consumidor é não se desesperar.

De qualquer modo, o processo significará o fim gradual das TVs convencionais, com tubos de raios catódicos (CRT), que têm resolução de 480 linhas por quadro. Quem quiser, poderá usá-las no sistema digital. Basta instalar um conversor (aparelho que converte a recepção de analógica para digital), que já está disponível no mercado. No entanto, o consumidor precisa saber que essa TV não conseguirá atingir o padrão máximo de qualidade do SBTVD – vai melhorar a imagem, mas estará longe do ideal.

O consumidor que comprou recentemente uma TV de LCD ou de plasma acreditando que já estaria adaptada ao novo sistema se enganou. Ela também precisará de um conversor. Entretanto, com certeza essas tecnologias mais modernas permitirão uma definição melhor, muito mais próxima do que o SBTVD pode oferecer.

Os aparelhos que realmente podem desfrutar ao máximo o novo padrão de transmissão também são de plasma ou LCD, mas precisam ser compatíveis com HDTV (High Definition Television), ou seja, ter 1.080 linhas de resolução. Essa é a informação que o consumidor deve se certificar no momento da compra.

Conversor

O conversor, também conhecido como *set top box* ou terminal de acesso, será responsável pela recepção do sinal dos canais de TV digital. Nos modelos mais simples, será composto por sintonizador de canais e processador de vídeo e áudio. Outras funcionalidades de interatividade poderão ser incorporadas em versões posteriores, que permitirão interação local com os usuários ou até interação remota com programas ou facilidades de internet, por meio de conexões por modem ou acessos de banda larga.

A princípio, existem dois tipos de conversor para TV. O avançado – que oferece multiformato, multiprogramação e interatividade (para aparelhos de alta definição) –, e o básico,

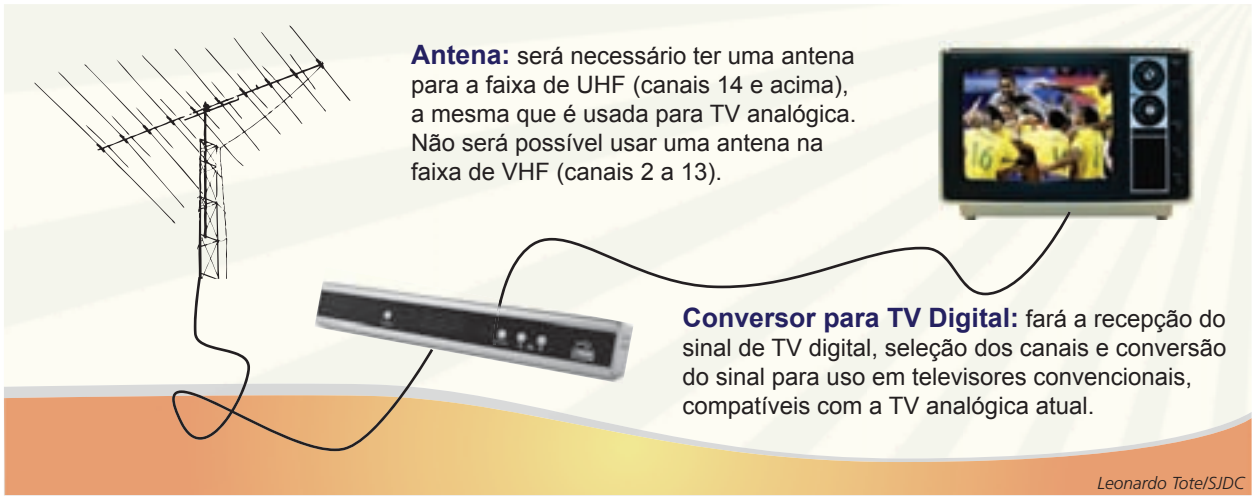
TV digital

Divulgação

Além do conversor, que proporciona a TV Digital para o televisor, também foi criado o receptor *(foto)*, que pode ser conectado em equipamentos móveis e permite aos consumidores desfrutarem as novidades do sistema digital também em computadores de mesa e *notebooks*.

Esse receptor não oferece todas as funcionalidades do *set top box*, como interatividade e multiformato. Para receberem o sinal, os equipamentos necessitam de entrada USB, programa e, claro, requisitos técnicos para conexão.

O software, disponibilizado com o receptor, tem algumas funcionalidades peculiares, como a possibilidade de gravar programas no HD (disco rígido) e os sistemas de pausa ao vivo na programação e de agendamento para exibição. O receptor custará por volta de R$ 350.


Antena: será necessário ter uma antena para a faixa de UHF (canais 14 e acima), a mesma que é usada para TV analógica. Não será possível usar uma antena na faixa de VHF (canais 2 a 13).
Conversor para TV Digital: fará a recepção do sinal de TV digital, seleção dos canais e conversão do sinal para uso em televisores convencionais, compatíveis com a TV analógica atual.
Leonardo Tote/SJDC

que serve somente para a conversão de sinal e é compatível com resoluções de 480p. Atenção: o conversor só funcionará por meio de antena UHF (canais 14 e acima). Quem tiver apenas a VHF (canais 2 a 13), terá de comprar a outra (*veja box*).

Para o consumidor final, o preço do 'set top box' varia de R$ 500 a R$ 1200, embora o governo tenha anunciado, durante o ano inteiro, algo na faixa de R$ 200. As fabricantes alegam que precisam ter incentivo fiscal para alcançar esse valor. "Poderia ser com a extinção do Cofins e PIS, por exemplo", sugere o presidente da Eletros (Associação Nacional dos Fabricantes de Eletroeletrônicos), Lourenço Kiçula, que admite que o preço atual não está compatível com a realidade brasileira.

Em 9 de outubro, foi publicado no Diário Oficial da União o Decreto 6.227, que reduziu para zero as alíquotas do IPI dos equipamentos da TV digital. O consultor jurídico do Ministério das Comunicações, Marcelo Bechara, acredita que os preços logo atingirão o patamar considerado "ideal". Para conseguir disseminar o novo sistema, além das facilidades tributárias para os fabricantes, ele cita o projeto do governo de criar incentivos para a população poder comprar o conversor – algo semelhante ao que ocorre com o programa Computador para Todos.

Interatividade

A interatividade será o último recurso da TV digital, sem prazo determinado para total funcionalidade. Segundo Bechara, há três níveis para se aplicar a ferramenta. Em primeiro lugar, a interatividade restrita à televisão do consumidor, disponível já para os aparelhos com alta definição.

Procon-SP recomenda cautela ao consumidor. Como a transição é gradual, o ideal é pesquisar bastante antes de tomar a decisão de investir na TV Digital

Um segundo passo será a interatividade intermitente. "É aquela que é liberada pela programação. A emissora libera uma votação ou compra de algum produto durante seu programa, por exemplo. Acabado o programa, fecha-se a interatividade", explica o técnico do ministério.

O terceiro nível será a interatividade permanente, onde o aparelho fica conectado a um dispositivo de internet. O usuário poderá fazer compras com o controle remoto, acessar o internet banking, abrir uma página de internet, e muito mais pelo televisor.

Orientação

Na visão da Fundação Procon-SP, o melhor a fazer agora, antes de sair gastando dinheiro, é pesquisar tudo sobre o assunto. Com o longo prazo para a transição total, o mais coerente é uma profunda pesquisa sobre o SBTVD e, principalmente, sobre a tecnologia. Descobrir os tipos de aparelhos e as vantagens e desvantagens em adquirir o conversor. E, mais que tudo, esperar que os aparelhos atinjam um preço acessível.

Cautela, portanto, é a palavra de ordem nesse período. O próprio governo endossa esse discurso, assim como os fabricantes – que ainda estão tateando o novo terreno. Tecnologia é assim. Assusta, mas a gente se acostuma. "O brasileiro aprendeu a comprar celular, agora está na hora de aprender a comprar TV", conclui Zuffo.

Piratas da rede

*Por Viviane Gomes**

Arquivo/SXC

Procon-SP alerta para a existência de "sites fantasmas" de venda online

Se você é atraído por fabulosas promoções e descontos especiais e costuma comprar artigos e serviços diversos pela internet, cuidado! Por trás das facilidades de adquirir produtos pela rede mundial, sem sair de casa, pode haver surpresas desagradáveis que geram dor de cabeça ao consumidor.

O primeiro passo para garantir a segurança do usuário e do computador é assinar um provedor cujo contrato inclua dispositivo antivírus, pois as transações eletrônicas são feitas por e-mail. "A eficiência do provedor depende do seu custo. Se for gratuito, não é certeza de proteção", aconselha a técnica Márcia Christina Oliveira, da área de Produtos e Serviços da Fundação Procon-SP.

Um dos perigos na Internet é a existência de sites fantasmas, construídos com as mesmas informações de pequenas, médias e até grandes empresas virtuais. "Os *hackers* negociam com empresas de todos os portes para utilizar as informações originais da página num site falso", informa a técnica.

Quem constrói essas páginas enganosas cria aplicativos que gravam informações pessoais (números de cartão de crédito, conta corrente e documentos). Se o internauta acessa esse site e pretende comprar um produto, digita seus dados pessoais, que são utilizados com má-fé.

Invasão

Com os documentos dos usuários em mãos, os mal-intencionados geram cobranças indevidas e entregam produtos não solicitados. "Existe muito golpe na Internet e as pessoas lesadas não podem reclamar porque as empresas somem", informa a técnica.

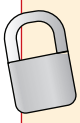
Ela cita o exemplo de instituições que vendem remédios para emagrecer e equipamentos de informática. O usuário cadastra-se na página, paga antecipadamente e compra os produtos. Nesse site, podem até constar informações do fornecedor – endereço, telefone e até CNPJ. Porém, assim que a suposta fornecedora receber o valor do negócio, a página sai do ar e o artigo não é entregue porque a empresa é falsa.

O Procon-SP orienta o cliente para que, antes da compra virtual, compareça pessoalmente à loja física e verifique as características do produto. Se não houver essa possibilidade, conheça melhor o artigo e a veracidade da empresa acessando sites de fabricantes, de avaliadores independentes ou opiniões de outros consumidores. Para se certificar de que a empresa é idônea basta contatá-la (via telefone ou e-mail) antes de fechar o negócio.

Não se esqueça também de observar a política de trocas e os procedimentos em caso de problemas. Ao final, avalie se o custo total compensa a comodidade da contratação a distância. Em 2006, o Procon-SP recebeu 595 reclamações ligadas ao comércio eletrônico. As principais queixas foram ofertas enganosas (247) e problemas contratuais (132).

**Da Agência Imprensa Oficial*

Cadeadinho



Antes de efetivar a transação eletrônica, confira todas as informações sobre o produto ou serviço ofertado, especialmente características, preços, valores de fretes, despesas adicionais e prazo de entrega. É imprescindível observar a presença de um "cadeadinho" no canto direito da página, ilustração que garante a idoneidade da fornecedora. Para se prevenir, anote as informações sobre o produto ou serviço pretendido e a identificação do vendedor e sua localização física. Esses dados serão importantes caso precise acionar o vendedor judicialmente.

Leonardo Tote/SJDC

Cartão de visita

Por Felipe Neves

Um novo padrão de atendimento, com mais infra-estrutura e conforto para o consumidor. Foi esse o resultado da chegada da Fundação Procon-SP à rede Poupatempo, em outubro de1997. A parceria, que acaba de completar dez anos, é um verdadeiro sucesso. E tem muitos motivos para comemorar – um deles, sem dúvida, é a maior acessibilidade aos consumidores aos serviços de atendimento do Procon-SP e o significativo aumento nas soluções de conflitos de consumo.

Mas não foi apenas o consumidor que saiu ganhando. O programa do Governo do Estado de aglutinar serviços em um mesmo espaço físico também se aperfeiçoou, incluindo a defesa das relações de consumo entre suas ofertas. "É o primeiro contato, a primeira boa impressão do consumidor com o serviço prestado pelo Procon-SP", revela Leila Cordeiro, profissional com ampla experiência no tema e uma das especialistas do Procon-SP em atendimento. Para ela, os postos no Poupatempo são "os cartões de visita" da fundação.

O primeiro Poupatempo a contar

com um posto de atendimento do Procon-SP foi o da Sé (praça do Carmo, s/nº), na região central de São Paulo. Posteriormente, em agosto de 1998 e em novembro de 2000, respectivamente, a fundação se instalou nas unidades de Santo Amaro (rua Amador Bueno, 176/258), na zona sul, e de Itaquera (avenida do Contorno, 60), na zona leste.

Já existe projeto para a criação de um novo Poupatempo, desta vez na Lapa, região oeste da capital paulista. E uma coisa é certa: terá posto de atendimento ao consumidor. "Se inaugurar o Lapa, o Procon-SP estará lá", confirma Leila. "É uma região que precisa de um Poupatempo."

Para tal afirmação ela se baseia nos dados de atendimento do Procon-SP junto aos CICs (Centro Integrado de Cidadania), programa da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania que visa a proporcionar acesso à Justiça à população carente do Estado. O mais procurado é justamente o da zona oeste, que fica no bairro do Jaraguá.

Volume de atendimento

Os números comprovam a importância dos postos do Poupatempo. Dos 316.967 atendimentos realizados entre janeiro e setembro de 2007 pelo Procon-SP, 236.367 foram feitos nessas unidades. Vale lembrar que os atendimentos registrados pelo telefone 151 (73.173) ou pelo site (62.582) são orientações, já que não é possível (pelo menos, por enquanto) formalizar reclamações por esses meios – logo, é provável que boa parte desses consumidores tenha sido orientada a se dirigir a um Poupatempo.

O posto com maior capacidade de atendimento é o da Sé. No período mencionado, registrou 96.754 atendimentos, enquanto o de Santo Amaro fez 72.067 e o de Itaquera, 67.546. Mas essa diferença não é demérito para ninguém. Ao contrário, está relacionada a diversos fatores, como localização e espaço físico. "É o maior pela localização. Por estar no centro, é mais fácil o acesso para as pessoas", diz Paulo Sabino, supervisor do posto do Procon-SP no Poupatempo Sé.

> **"A nossa missão é a harmonização das relações de consumo, os técnicos têm que estar preparados para informar, orientar e educar o consumidor, tornando-o consciente sobre seus direitos e deveres"**
>
> ***Leila Cordeiro***

Nessa unidade, há 14 pontos para atendimento (PA), cinco para triagem, dois para entrega da carta e mais oito para o pré-encaminhamento. Em Santo Amaro, os canais são reduzidos, respectivamente, para dez, quatro, dois e seis. Já o de Itaquera tem um PA a menos que o da zona sul, os demais são exatamente iguais *(veja o quadro)*.

Em 1997, ano anterior à chegada ao Poupatempo, o número de atendimentos prestados pelo Procon foi de 238.324. No ano seguinte (98), o número saltou para 368.434. Em 2006, 487.226 cidadãos receberam assistência do órgão.

O perfil mais comum do consumidor que procura os postos do Procon-SP nos Poupatempos é o da mulher de meia idade (entre 29 e 39 anos), com renda mensal compreendida entre R$ 600 e R$ 1.200 e ensino médio completo. Chama a atenção o fato de apenas 25% dos consumidores que procuram auxílio terem concluído o ensino fundamental, incluindo os 14,5% que possuem curso superior completo.

Leonardo Tote/SJDC

Maciel auxilia atendente de Santo Amaro a esclarecer dúvida de consumidora

Leonardo Tote/SJDC

Técnico Sílvio Romero atende consumidores no posto da Sé há dois anos

O aumento significativo da capacidade de atendimento é algo a ser comemorado, mas a verdadeira meta do Procon-SP é equilibrar o mercado de modo a ter números decrescentes nesse quesito. Enquanto isso não ocorre, entretanto, a palavra de ordem é resolver as questões o mais rápido possível – ou seja, evitar que seja necessária a abertura de reclamação, o que conseqüentemente, facilita a vida do consumidor.

No posto da Sé, por exemplo, dos 96.754 atendimentos, 41.552 viraram Cartas de Informações Preliminares (CIP) – em mais da metade dos casos, o técnico conseguiu esclarecer a dúvida do consumidor sem necessidade de acionar o fornecedor. E o dado mais importante: desse total, 6.541 (menos de 7%) se transformaram em processos administrativos. A credibilidade do Procon-SP faz com que a maioria das empresas se disponha a resolver os problemas logo no primeiro contato.

O objetivo é justamente esse, o pré-encaminhamento intermedia o acordo com o fornecedor, evitando o retorno do consumidor ao posto e aumentando, com isso, a capacidade de atendimento a outras pessoas que estejam em conflitos de consumo. "A nossa meta de atendimento é diminuir o tempo de espera e de atendimento, visando sempre a maior satisfação do consumidor", explica Leila.

> **"Muitas pessoas que não têm conhecimento de lei estão sendo iludidas, enganadas. É gratificante poder ajudá-las"**
>
> ***Vinicius Maciel***

Cotidiano

O Poupatempo trouxe ao Procon-SP algumas pequenas padronizações que, aparentemente, parecem simples, mas, no dia-a-dia, fazem toda diferença. Um bom exemplo é o sistema administrador de filas. São aqueles painéis que "chamam" as senhas e auxiliam na organização das diversas etapas do atendimento.

"Além disso, no Poupatempo o técnico de atendimento está sempre uniformizado, recebe treinamento, Educação Continuada e o posto tem toda assistência necessária para garantir agilidade no atendimento", ressalta Leila.

Em casos de emergência, como interrupção no fornecimento de energia elétrica existe um esquema especial que garante o trabalho contínuo. "Temos plano de contingência, o atendimento não pára. Tudo é registrado manualmente e, posteriormente, repassado para o sistema, sem que ocorra prejuízo ao consumidor", revela Leila.

Na prática

Para Sabino, a melhora na capacidade de atendimento é "nítida" em relação aos antigos postos do Procon-SP. "A gente percebe que, em relação ao que era antes do Poupatempo, mudou muito", diz. "O consumidor sente que tem um atendimento diferenciado, isto é, um atendimento mais rápido, de mais qualidade."

Joyce Gatti Hirata, supervisora do posto de Itaquera, que trabalha com atendimento há 13 anos – ou seja, antes da mudança ao Poupatempo –, destaca a questão da proximidade com o consumidor, pois a descentralização dos serviços previsto no programa estadual atende às demandas da população nos bairros. "Para os consumidores, facilitou bastante pelo fácil acesso. O consumidor ou mora ou trabalha aqui perto, então para ele é muito mais fácil vir reclamar", afirma.

Na visão dos supervisores Vinicius Oliveira Maciel e Joyce Hirata, o fato de estar instalado em um pólo de serviços também estimula o consumidor a procurar seus direitos junto ao Procon-SP. "Muitas pessoas vêm ao Poupatempo em busca de um documento, do Detran ou RG, por exemplo, e depois,

quando descobrem que tem Procon aqui, aproveitam para tirar dúvidas e receber alguma orientação."

"Reciclagem"

De nada adianta ter um "espaço agradável", de fácil acesso e com boa capacidade de receber consumidores se os técnicos de atendimento não estiverem bem preparados. Por conta disso, uma vez por semana recebem "uma reciclagem técnica". "É o que nós chamamos de hora de atualização", salienta Leila.

As reuniões ocorrem em uma sala cedida pela administração do Poupatempo. Desta forma, as diretrizes definidas pelas diretorias na sede do Procon-SP, na Barra Funda, são constantemente atualizadas e repassadas à equipe que fica "no front", em contato direto com o consumidor. Os treinamentos ocorrem em horários invertidos ao expediente (turma da manhã se reúne à tarde e vice-versa).

Segundo Leila, os encontros servem para "passar orientações as equipes, os procedimentos, as legislações, tirar dúvidas de atendimento, analisar e avaliar o desempenho do trabalho que está sendo realizado". Para a assistente de direção, manter o técnico atualizado é o que garante o atendimento diferenciado do Procon-SP. "A nossa missão é a harmonização das relações de consumo. Os técnicos têm que estar preparados para informar, orientar e educar o consumidor, tornando-o consciente sobre seus direitos e deveres."

Todo o esforço de aprimoramento tem um único objetivo, que é também a grande recompensa: ajudar o consumidor a resolver seus problemas. Essa é a visão do técnico de atendimento Silvio Romero, que há dois anos trabalha no posto do Poupatempo Sé. "É um trabalho bom de orientação, de ensinamento para o consumidor", define.

Leonardo Tote/SJDC

Posto do Poupatempo Sé é o mais antigo e o que tem maior capacidade de atendimento

Joyce classifica de "gratificante" a sensação de ajudar o cidadão. "Às vezes, o consumidor vem aqui, já meio sem rumo, achando que aquilo está perdido. E a gente acaba mostrando para ele que tem uma luz no fim do túnel", afirma. Seu colega de Santo Amaro vê da mesma forma: "Muitas pessoas que não têm conhecimento de lei estão sendo iludidas, enganadas. É gratificante poder ajudá-las", diz Maciel.

Mas o atendimento nem sempre é um mar de rosas. É bastante comum o consumidor descontar o nervosismo sobre o técnico. "A gente tem que saber passar para o consumidor que está aqui para ajudar a resolver o problema dele", diz Romero.

Para Joyce, que freqüentemente é chamada para tentar acalmar um consumidor "mais exaltado", o importante é conversar de forma franca, ouvir suas reclamações e explicar quais são seus direitos e que procedimentos o órgão orienta. "Muitas vezes, eles acabam indo embora pedindo até desculpas. Quer dizer, eles percebem que o Procon-SP está lá para ajudar a resolver o problema dele", conclui.

Capacidades dos postos	Sé	Santo Amaro	Itaquera
Pontos de atendimento	14	10	9
Triagem	5	4	4
Entrega da carta	2	2	2
Retaguarda	8	6	6

Propaganda que faz mal à saúde

Arquivo/SXC

Por Redação

"A gripe pode acabar com você. Mas você tem 48 horas para acabar com a gripe." O jogo de palavras utilizado em anúncio publicitário de uma empresa de produtos químicos e farmacêuticos pode trazer mais riscos à saúde do que sua verdadeira vocação. Trata-se de uma campanha que, embora seja apresentada como informativa, pode levar o consumidor à automedicação – uma associação perigosa que pode colocar em risco a vida do cidadão.

Ao contrário do que o senso comum pode apontar, o consumidor está cada vez mais atento a esse tipo de prática. Pesquisa da Fundação Procon-SP revela que a maioria dos entrevistados (63%) acredita que a publicidade de medicamentos, em linhas gerais, acaba induzindo à automedicação. Apenas 21% responderam que não são influenciados pelo marketing das empresas. As informações foram obtidas pela aplicação de questionário via internet (site do Procon-SP), respondido por 150 consumidores entre agosto e setembro deste ano.

No Brasil, a publicidade dirigida diretamente aos consumidores para os medicamentos de venda livre (analgésicos, antitérmicos, antidiarréicos, etc.) é permitida. Segundo a legislação em vigor, deve constar na peça publicitária apenas uma advertência obrigatória: "a persistirem os sintomas, um médico deverá ser consultado". Neste sentido, é possível interpretar que a própria lei colabora para reforçar no senso-comum a idéia de que esse tipo de medicamento não faz mal.

Há, no entanto, alguns abusos que precisam ser seriamente combatidos. Alguns exemplos são "bem-feitorias" não comprovadas cientificamente, sugestão de ausência de efeitos colaterais e promessas de desempenhos "milagrosos". Um bom exemplo é o fato de o Brasil ser um dos maiores consumidores de complexos vitamínicos do mundo. Contudo, práticas saudáveis de exercício e alimentação são, comprovadamente, muito mais eficazes do que o simples consumo dessas cápsulas.

Tema saúde

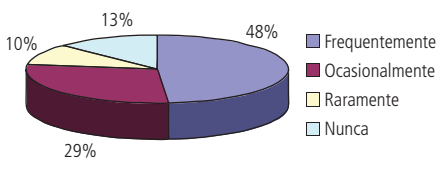
O levantamento revela ainda outros dados sobre a percepção dos consumidores com relação ao tema saúde. Uma parcela significativa dos entrevistados (48%) apontou que compra medicamentos genéricos freqüentemente, contra 12,67% que nunca o fazem.

Se somados os que responderam que compram ocasionalmente e os que alegam raramente adquirirem genéricos, chega-se ao percentual de 87% dos entrevistados que já procuraram produtos pelo princípio ativo. O dado é positivo, uma vez que o modelo dos genéricos foi introduzido no país há menos de 10 anos, por intermédio da Lei 9.787/99.

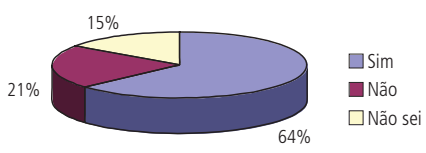
O Procon-SP entende que a implantação da Política de Medicamentos Genéricos é um benefício ao consumidor ao ampliar o acesso da população aos remédios e baratear certos tratamentos. Na rede pública de saúde, por exemplo, os médicos são obrigados a receitar pelo nome do princípio ativo – principal substância que compõe o medicamento.

Quando indagados se conhecem a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), órgão responsável pela regulação do setor, 52,67% responderam que sim. No entanto, uma parcela representativa (35,33%) declarou que nunca ouviu falar do órgão. Dos que conhecem a ANS, 59,49% admitem não conhecer todas as suas funções e apenas 12,66% já recorreram a ela para denunciar alguma operadora de serviços de saúde.

Você compra medicamentos genéricos?



Você acha que a publicidade de medicamentos induz à automedicação?



Livro de cabeceira

Bom aprendiz é aquele que procura se manter atualizado com o que há de maior credibilidade disponível no mercado. Nesse caso, estudantes, recém-formados ou, até, experientes profissionais que buscam um incremento em sua formação acabam de ganhar uma pérola no que tange à disciplina Direito do Consumidor. Trata-se do recém-lançado "Manual de Direito do Consumidor", da editora Revista dos Tribunais.

Os autores simplesmente dispensam apresentações. Um trio de craques no assunto. A começar pelo ministro do Superior Tribunal de Justiça (STJ) Antônio Herman V. Benjamin, que, além do importante cargo que exerce, é um dos autores do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90). Também assinam a obra a professora titular da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Cláudia Lima Marques, autora de diversos livros, e o promotor Leonardo Roscoe Bessa, presidente do Instituto Brasilcon.

Como o próprio nome diz, a obra pretende facilitar o aprendizado do direito do consumidor. Os autores procuraram usar uma linguagem direta, clara e objetiva para abordar todas as nuanças do CDC, de modo que não haja margem a dúvidas quanto a sua aplicação na prática. Todos os aspectos comentados são exemplificados com jurisprudência do STJ, que tem a competência constitucional de dar a última palavra na interpretação da lei consumerista. A obra tem um caráter didático muito forte, sem perder o rigor técnico que a matéria exige.

"O objetivo principal é apresentar, em textos reduzidos e extremamente sistematizados, os conceitos e termos técnicos do direito do consumidor e suas relações no direito, facilitando a assimilação destas noções básicas e mencionando os principais casos e problemas, com objetividade e visão prática", define Cláudia Lima Marques. "Este livro pretende ser um facilitador do ensino, da revisão e do aprendizado desta disciplina, mesmo para aqueles que não a puderam seguir durante sua formação."

Título: "Manual de Direito do Consumidor"
Autor: Antônio Herman Benjamin, Claudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa
Editora: Revista dos Tribunais
Preço: R$ 78,00

Os liberais

O mercado de consumo tem um agente muitas vezes esquecido, mas que cada vez se faz mais presente no dia-a-dia: o profissional liberal. Pensando nisso, o professor e promotor de justiça aposentado Fernando Antônio Vasconcelos escreveu o livro "Responsabilidade do profissional liberal das relações de consumo". Sua idéia é aprofundar a interpretação do § 4º do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor.

Inicialmente, Vasconcelos pretendia pesquisar apenas a questão da responsabilidade, mas percebeu que havia lacuna quanto ao conceito de profissional liberal. Por isso, o livro traça uma espécie de perfil de classe, para então poder definir quais as obrigações deste agente do mercado. "O que se buscará aqui será a junção de postulados estudados pelo Direito Civil, pelo Direito do Trabalho e pelas legislações de consumo, naquilo que possam orientar a responsabilidade profissional – nos campos civil, penal, ético, moral e disciplinar – e melhorar as relações dos profissionais liberais com seus clientes, modernamente chamados de consumidores", explica.

Título: "Responsabilidade do profissional liberal nas relações de consumo"
Autor: Fernando Antônio de Vasconcelos
Editora: Juruá
Preço: R$ 44,90

Consumo de saúde

O setor de saúde privada é um dos que mais expõem o consumidor a situações de extrema vulnerabilidade.

Para garantir o acesso a bons serviços e por não confiar no sistema público, o cidadão muitas vezes se vê obrigado, por uma questão de ordem financeira, a tolerar cláusulas abusivas, contratos sem clareza, publicidades enganosas, entre tantas outras práticas que, infelizmente, se tornaram marcas registradas dos famigerados planos de saúde.

A situação levou a professora, ex-assistente de direção da Fundação Procon-SP e ex-diretora da Agência Nacional de Saúde (ANS) Maria Stella Gregori a publicar o livro "Planos de saúde – A ótica da proteção do consumidor".

Na obra, ela busca "examinar e descrever o surgimento e os impactos da Lei 9.656/98 [que dita as regras do setor] e de sua regulamentação sobre o sistema jurídico que envolve o direito do consumidor, em particular os aspectos relativos à proteção contratual", como afirma na apresentação.

Título: "Planos de saúde – A ótica da proteção do consumidor"
Autor: Maria Stella Gregori
Editora: Revista dos Tribunais
Preço: R$ 39,00

Alta audiência

Por Ricardo Lima Camilo

O paisagista Gabriel de Barros Monteiro Ribeiro, de 30 anos, foi um dos mais de 10 mil consumidores convocados para uma reunião de conciliação na Fundação Procon-SP, entre janeiro e setembro de 2007. Seu problema era com uma impressora "Deskjet C8974A", da Hewlett-Packard (HP), comprada em setembro de 2004, por R$ 399.

No dia 23 de julho, ele compareceu ao posto do Procon-SP no Poupatempo Santo Amaro para reclamar da assistência técnica. Ao tentar consertar o produto, foi informado que não seria possível por falta de peça de reposição. Indignado, ele recorreu ao órgão de defesa do consumidor. Como a HP não deu resposta positiva à Carta de Informações Preliminares (CIP), o processo administrativo foi aberto. Segundo a técnica Márcia Christina Oliveira, menos de três anos "é muito pouco" para não haver mais peças de reposição de uma impressora.

A audiência ocorreu no dia 17 de outubro. Além do consumidor, estavam presentes a representante da HP Natália Turíbio Pancia e o técnico do Procon-SP Fernando Ramos de Queiroz. A empresa se propôs a devolver o valor pago pela impressora, em 20 dias úteis, corrigido monetariamente pelo INPC (Índice Nacional de Preço ao Consumidor) – R$ 448. Ribeiro aceitou e foi assinado um Termo de Acordo. "Foi tudo rápido, sem burocracia, não precisei apresentar muitos documentos e consegui resolver o problema", lembra. "Participar das audiências é bom para a imagem da empresa e facilita a vida do consumidor", destaca Natália.

Busca por equilíbrio

O Procon-SP procura resolver o maior número possível de questões na etapa da CIP, em contato com o fornecedor. Quando isso não ocorre, a saída é tentar buscar acordos que, de um lado, atendam à demanda do consumidor e, do outro, acelerem a solução do conflito e evitem o desgaste de uma disputa no âmbito judicial.

Ricardo Lima Camilo/Procon-SP

Para Gabriel, audiências ajudam na resolução rápida dos problemas

Nas reuniões de conciliação, o técnico do Procon-SP atua como defensor do consumidor. Se a reclamação é fundamentada no Código de Defesa do Consumidor e se a empresa (fornecedor) acatar o pedido do consumidor (como no caso acima), é lavrado um Termo de Acordo que pode ser encaminhado ao Juizado competente para ser homologado, ganhando força de sentença judicial, ou seja, tornando-se um título executivo que, além do valor principal do objeto da reclamação, também incidirá multa por descumprimento.

Quando um dos envolvidos não comparece à audiência ou quando não há acordo, é lavrado Termo de Comparecimento. No caso da ausência da empresa, esse termo levará toda a fundamentação pautada no CDC a fim de facilitar ao consumidor um possível ingresso de ação na Justiça – o caso é finalizado no âmbito individual, mas o Procon-SP não pára de agir. "As queixas não atendidas, e mesmo aquelas reincidentes sempre que apontam para lesão de maior gravidade (âmbito coletivo), são enviadas para a diretoria de fiscalização, que poderá autuar e/ou multar quem desrespeita o CDC", explica Márcia.

No entanto, mesmo atendendo o pleito do consumidor, a empresa fica sujeita às ações fiscalizatórias do órgão e a outras medidas que visam a corrigir condutas consideradas abusivas. "Não adianta a empresa resolver o problema de uma pessoa e insistir nas práticas que contrariam as determinações da lei", conclui.

Raio-X

O percentual de solução de conflitos de consumo (atendimento preliminar, simples consulta, CIP com acordo, reclamações atendidas) foi de 77,34% até 30 de novembro. Caso não seja feito um acordo, o consumidor sai com toda a documentação necessária para ingressar, caso seja o seu desejo, na Justiça.

CURSOS E PALESTRAS DA FUNDAÇÃO PROCON-SP

- Direitos básicos do consumidor
- Orçamento doméstico
- Direitos do consumidor na terceira idade
- Direitos e deveres do consumidor bancário
- Saindo do vermelho
- Curso básico do Código de Defesa do Consumidor para fornecedores
- Defesa do consumidor para rede de ensino
- Defesa do consumidor na formação de profissionais
- Curso educação para o consumo – capacitação para professores

Informações no site: www.procon.sp.gov.br

Atendimento, consultas e reclamações

Postos Poupatempo

2ª a 6ª, das 7h às 19h - Sábados, das 7h às 13h
Itaquera: Av. do Contorno, 60 - Metrô Itaquera
Santo Amaro: Rua Amador Bueno, 176/258
Sé: Rua do Carmo, sn

Ouvidoria do Procon-SP

R. Barra Funda, 930, 4º andar - sala 412 - Barra Funda
CEP: 01152-000 - São Paulo/SP
Telefone/Fax: (11) 3826-1457
e-mail: ouvidoria@procon.sp.gov.br

Outros Atendimentos

Cartas: Caixa Postal 3050
CEP: 01061-970 - São Paulo/SP
Fax: (11) 3824-0717 - 2ª a 6ª, das 10h às 16h
Cadastro de Reclamações Fundamentadas: (11) 3824-0446
2ª a 6ª, das 8h às 17h
Telefone: 151 - 2ª a 6ª, das 8h às 17h
www.procon.sp.gov.br

Outros Municípios

Consulte a prefeitura de sua cidade ou o site do Procon-SP

FUNDAÇÃO PROCON SP